

Le Web immersif

Dominique Boullier

▶ **To cite this version:**

Dominique Boullier. Le Web immersif. Quaderni, 2008, 66, pp.67-80. 10.3406/quad.2008.1848 . hal-01022375

HAL Id: hal-01022375
https://sciencespo.hal.science/hal-01022375

Submitted on 10 Jul 2014

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.

Persee

Dominique Boullier

Le Web immersif

In: Quaderni. N. 66, Printemps 2008. Cyberesp@ce & territoires. pp. 67-80.

Abstract
The Web gets more and more influenced by other media able to grasp public attention more durably : deriving from the video games, it becomes immersive. This perceptive immersion breaks with the spectator position which was made up as a dominant perceptive framework since the Renaissance : immersion means engaging into action. The paper describes remarkable evolutions on the Web towards immersion. The perceptive immersion becomes effective only when coupled with narrative, social and emotional immersions.

Résumé
Le Web subit de plus en plus l'influence des autres médias capables de capter l'attention plus durablement : suivant en cela les jeux vidéo, il devient immersif. Cette immersion perceptive rompt avec la posture du spectateur qui a été constituée comme cadre perceptif dominant depuis la Renaissance : l'immersion suppose un engagement dans l'action. Des évolutions dans ce sens sur le Web sont présentées. Mais l'immersion perceptive ne gagne en puissance qu'à la condition d'être couplée à une immersion sociale et désirante.

Citer ce document / Cite this document :

Boullier Dominique. Le Web immersif. In: Quaderni. N. 66, Printemps 2008. Cyberesp@ce & territoires. pp. 67-80.

doi : 10.3406/quad.2008.1848

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/quad_0987-1381_2008_num_66_1_1848

BY: $ = creative commons

le Web immersif

Dominique Boullier

Professeur de sociologie
Université de Rennes II
Directeur du LAS

Persée creative commons

La bataille pour capter les publics (Cochoy), et par là l'opinion, n'est pas une affaire de « vieux média », de broadcasters arcboutés sur leurs mesures d'audience. Elle est au contraire au cœur du Web actuel, dans ses versions 1.0 comme dans ses versions 2.0, et les contributeurs ordinaires que nous sommes tous devenus dans le cas du Web 2.0, sont aussi pris petit à petit dans ce même stress de la visibilité et de la réputation, même s'il ne s'agit que de surveiller le nombre de visites sur notre blog ou le nombre de visualisations de notre vidéo sur *You Tube*. Mais cette captation des publics ne peut plus ignorer la dispersion considérable des supports et la tendance généralisée au zapping. La conquête des publics se concentre souvent en conquête de leur attention (Boullier), ce bien rare par excellence (Goldhaber) dans une économie de l'opinion (Orléan).

Pour mieux comprendre les enjeux profonds de cette mutation et les ressorts qui lui permettent de fonctionner, il nous semble nécessaire de prendre en compte l'extension généralisée d'un mode de captation de l'attention présent massivement dans les jeux vidéo, **l'immersion**. Non pour dire que tout se résume aux jeux vidéo, mais pour montrer à quel point ce « paradigme perceptif », présent au cœur des expériences esthétiques de toute la révolution industrielle (depuis la lanterne magique ou le cinéma jusqu'aux simulateurs), constitue une rupture par rapport au modèle frontal de la perspective et finit par contaminer l'ensemble de nos traitements de la représentation. Dès lors, le Web lui-même commence à mobiliser l'immersion comme ressort essentiel de captation des publics, immersion sous différents formats. Nous examinerons successivement les formats d'immersion perceptive, d'immersion

narrative, d'immersion sociale et d'immersion désirante. Non pour reproduire à l'infini et a priori les catégories d'une théorie plurielle des compétences humaines comme peuvent la proposer J. Gagnepain ou L. Thévenot dans des registres très différents et dont nous nous inspirons, mais parce que le rapprochement entre différentes innovations actuelles sur le Web en termes d'immersion permet de les mettre en perspective de façon stimulante.

L'immersion perceptive

Elle constitue le point de départ de l'idée même d'immersion. Elle n'a rien de nouveau en tant qu'objectif puisque dès l'invention de la lanterne magique (Perriault), on cherche bien à faire entrer le spectateur dans un espace fictif en créant des conditions matérielles d'altération de la perception. Lanterne magique, panorama, puis cinéma constituent des étapes dans cette mise en mouvement du cadre de perception issu de la perspective. Celle-ci constitue par certains côtés le début de l'engagement du spectateur dans le spectacle lui-même puisque les lignes de fuite sont définies en fonction d'une position supposée de l'œil d'un spectateur pour créer cette profondeur de champ qui n'existait pas dans l'espace agrégat du Moyen Âge ainsi que l'appelait Panofsky. Cependant, la perspective construisait un point de vue extérieur au tableau d'une part et ce point de vue était totalement abstrait puisqu'il était prédéfini, analytique, disait Panofksy, d'autre part. Cette abstraction organisait ainsi la vision comme une position de surplomb et d'extériorité, constitutive de toute la modernité, ainsi que le montre Sloterdijk. « *Est moderne celui qui croit n'avoir jamais été à l'intérieur* », nous dit-il.

Or, ce que tentent d'organiser la lanterne magique mais surtout le panorama et le cinéma, ce n'est pas seulement le mouvement comme on le pense souvent, mais aussi des conditions de réception qui encouragent l'immersion. Entourés d'images dans le panorama, nous sommes au centre et plusieurs points de vue sont possibles en fonction du déplacement de notre œil. Au cinéma, ainsi que l'a montré Roland Barthes, c'est le fait d'être « *plongé dans le noir* » (le terme est significatif) qui entraîne une focalisation extrême sur un écran qui nous fait face alors que la lumière provient de derrière nous. Nous sommes certes dans une représentation 2D en plan qui respecte les règles de la perspective mais les conditions de la projection organisent un espace d'immersion qui rend l'expérience cinématographique différente de celle de la télévision. Pour les spectateurs de l'entrée du train en gare de la Ciotat, en 1895, l'effet immersif était indiscutable puisqu'ils eurent peur de voir le train les écraser. Les procédés de zoom accéléré n'ont fait que renforcer cette possibilité dans la mesure où la convention s'installant, l'effet d'immersion s'amenuisait, tendance intéressante à noter du point de vue culturel quant à la dose de renouvellement nécessaire pour maintenir l'intensité de l'attention. On veillera à distinguer ce « format perceptif » (c'est-à-dire sa construction technique) des oppositions classiques entre virtuel et réel. Ainsi, les Romains avaient su capter l'attention du public du cirque en augmentant le réalisme des scènes de théâtre, avec mises à mort réelles de prisonniers, sanglants à souhait, pour impressionner le spectateur : il ne s'agissait pourtant pas de techniques d'immersion mais de choc frontal, pourrait on dire.

Le passage au cinéma 3D, supposant de s'équiper

de lunettes, montre bien que l'on peut encore dans un cadre de projection sur un plan, renforcer les effets d'immersion, l'autre voie étant celle qui retrouve le principe du panorama avec les cinémas 360° ou plus souvent 180° qui sont projetés dans des cinémas en forme de géode.

Il est très important de noter que dans le même temps, l'immersion a été renforcée par tous les procédés sonores, au premier rang desquels, le cinéma parlant. Mais les années 80, avec les sons Dolby et THX, ont permis de produire des effets *surround* hyperréalistes (et non réalistes) capables de plonger le spectateur au cœur des actions. Nos propres travaux sur les conditions de succès des jeux vidéo ont fait apparaître la qualité immersive du son comme un critère essentiel.

Traiter la perception pour produire de l'immersion, c'est en effet solliciter tous les sens pour produire une expérience immersive. C'est ainsi que les sensations kinesthésiques sont sollicitées aussi dans les simulateurs qui font bouger les fauteuils pour accentuer les effets des films 3D présentés. La tradition du simulateur avait fait son chemin de son côté dans le monde industriel et notamment dans l'aéronautique pour des raisons de formation et de sécurité : elle fut l'un des premiers ressorts des jeux vidéo sur ordinateur et sur consoles, et maintient son succès. Mais la stratégie immersive qui la caractérise s'est depuis imposée à une grande partie des jeux vidéo, à l'exception des jeux de *real time strategy* (RTS) proches des jeux de plateaux. La présence de nouvelles commandes à retour de force, dans des volants, des joysticks ou des pédales, augmente clairement cet engagement immersif en reproduisant les atouts des simulateurs.

En effet, ce qui pouvait constituer une innovation radicale pour le spectateur au cinéma (3D, 180°, simulation, etc.) butait sur une limite, le caractère collectif de l'expérience et la nécessaire passivité des spectateurs puisqu'une seule proposition sémiotique était faite simultanément pour tous les participants. Or, toute expérience d'engagement dans le monde (Thévenot) restitue ces deux paramètres essentiels que sont la différence des points de vue et les effets de nos actions sur l'environnement. Dès lors qu'on supprime ces deux paramètres, on introduit une position de spectateur, quasi abstrait, nécessairement dégagé, malgré toutes les inventions pour tromper ses sens. Tous les dispositifs de simulation en viennent alors à tenter de restituer ces paramètres pour sortir non seulement du dispositif frontal externe de la perspective mais aussi de la représentation elle-même. Ce qui change de façon radicale, c'est la disparition de la position de spectateur, aussi immergé soit-il, pour celle de l'action, qui génère les points de vue et fait réagir les supports techniques considérés dès lors comme des environnements. L'expérience de l'utilisateur (*user experience*) n'est plus seulement sélection d'items sémantiquement identifiés, ni lecture ou visualisation d'une offre sémiotique dynamique, mais la production d'effets dans un environnement qui est affecté par les actions. La prise de connaissance dans un tel contexte est entièrement liée à l'action, à une activité opératoire, qui suppose un panneau de commande, des dispositifs d'action les plus proches possibles des conditions de réaction des environnements naturels.

Le couplage du spectateur avec le contenu qui pouvait être obtenu par divers procédés de captation de l'attention dans sa dimension perceptive

(et narrative comme nous allons le voir ensuite) est désormais complété par un couplage homme-environnement qui va au-delà du couplage homme-machine. En effet, et c'est la condition de l'action non réflexive définie par Rasmussen, la médiation, même constituée par les outils de commande, doit disparaître pour produire ce contrôle de « l'activité par automatismes » (skills). C'est ce que l'on obtient avec des retours sensori-moteurs inclus dans les actionneurs eux-mêmes, comme dans tous les outils à retour de force.

On soulignera alors comment cette recherche de l'immersion correspond finalement à toute la tradition des interfaces homme-machine qui, malgré la complexité des dispositifs et des apprentissages, a toujours été guidée par le souci de la « transparence » pour l'utilisateur, et de l'im-médiateté, de la disparition des médiations. Il est pourtant clair que c'est au prix d'un investissement considérable dans des technologies encore plus sophistiquées que l'on peut espérer accrocher non plus l'attention consciente mais les vecteurs de la perception elle-même chez l'utilisateur. L'attention est ici sollicitée sur ses deux propriétés :l'intensité et la durée (Ribot). L'intensité provient de la saturation des sens, qui ne laisse aucune échappatoire de distanciation. Et l'on voit bien que le principe même de la scène (et de la séparation qu'elle institue) est alors remis en cause. La durée provient de l'engagement dans l'action, dans un couplage sensorimoteur qui mobilise des capteurs et des effecteurs simulant les interactions ordinaires et permettant de se penser comme acteur. Cependant, cette dimension de la durée ne pourrait pas être maintenue seulement grâce à ces performances sensorielles : c'est avant tout grâce à l'immersion narrative que la durée peut être soutenue comme nous allons le voir.

Ce point est important car il est probable que l'équipement sophistiqué qui est celui des consoles de jeux ou des jeux en général ne s'imposera pas comme interface pour la manipulation du Web avant longtemps. Les commandes classiques (clavier-souris) resteront encore dominantes pendant longtemps en raison de la puissance de la convention ainsi créée et son extension sociale. Mais l'évolution du Web vers des modalités perceptives plus immersives est déjà en route :

- avec Flash notamment, avec l'omniprésence des vidéos et du son, avec des modes de recherche visuels dans les univers d'information complexes(voir le site visual complexity http://www.visualcomplexity.com/vc/)

- avec les univers persistants qui peuvent devenir le cadre de présentation générale de toute information comme veut le faire Home de Sony. Les univers persistants s'enrichissent sur le plan de l'expérience perceptive et pourront devenir une référence pour tout l'usage du Web (cf. l'évolution entre le moteur 3D de Second Life et celui de Entropia par exemple).

- avec les sites de villes 3D qui se diffusent de plus en plus (par exemple avec Pages jaunes en France mais aussi avec les grands projets de Microsoft dans ce domaine pour placer des publicités) et qui constituent des modalités de recherche et d'orientation augmentées dans les bases de données des adresses. La liste des services qui peuvent être inventés en exploitant cette technologie s'allonge de jour en jour. La richesse des cartes ou des visuels à caractère

géographique est déjà démontrée par les usages de *Google Earth*, mais nous attirons ici l'attention sur la différence notable avec une navigation dans ces univers cartographiques avec des modalités 3D immersives réalistes : son propre référencement (les lieux que l'on connaît) peut constituer un des plaisirs de ces services à côté de tous les services pratiques aidant au repérage. Nous avons montré ailleurs (Boullier, 2003) comment l'expérience personnelle et les liens sociaux qu'elle constitue représente un des modes d'orientation privilégiés : lorsque l'interface 3D permet de faire retrouver une partie de l'expérience sensorielle mémorisée, ce sont de nouvelles « prises » (Bessy et Chateauraynaud) qui s'offrent à l'utilisateur .

Le Web reste cependant encore écranique et textuel, il tend à devenir vraiment multimédia mais l'expérience immersive apparaît avec les modes de présentation des informations (même textuelles) et de navigation fondés sur la 3D. Nous ne sommes qu'au début du phénomène sur ce plan particulier de l'immersion perceptive sur le Web, mais les dispositifs existent et les jeux, notamment en ligne, et les univers persistants indiquent bien la tendance. Cependant sur les autres dimensions de l'immersion, le Web est déjà engagé dans une évolution plus rapide et moins dépendante des technologies et des débits.

L'immersion narrative

Le principe de la captation de l'attention est au cœur même de tout dispositif narratif, depuis le conteur traditionnel jusqu'aux grandes sagas cinématographiques s'étalant sur plusieurs années. De ce point de vue, la puissance de captation des grands récits que sont les récits religieux reste inégalée. C'est précisément avec ces grands récits que l'on peut parler d'immersion car tous les éléments de la vie quotidienne, politique, artistique ou productive sont alors infiltrés en permanence par les référents religieux. Au point de disparaître comme cadres et de devenir naturels. Les montages dogmatiques, qu'a si bien identifiés Legendre, sont des dispositifs narratifs dont l'efficace est d'autant plus grande qu'ils sont inscrits dans l'ordinaire des activités humaines sous des formats dont on a perdu la trace au quotidien (comme le calendrier). Ce sont alors des cadres de perception incorporés qui permettent de traverser toute situation nouvelle avec une référence stable, insubmersible pourrait on dire. Ce que Sloterdijk montre magnifiquement avec les « baldaquins » que les navigateurs emportaient avec eux dans les grands voyages de la seconde mondialisation (celle des découvertes), pour garder au dessus de leur lit la vision peinte du ciel et des étoiles de leur lieu d'origine. Ce phénomène des baldaquins constitue une métaphore adéquate pour penser le caractère enveloppant et immersif des grands récits.

On a souvent insisté sur la disparition de ces grands récits : leur présence insue continue cependant de cadrer l'activité de ceux-là mêmes qui sont le plus consciemment opposés à ces récits religieux notamment. Mais si la fonction dogmatique des récits n'est plus aussi opérante, les récits eux-mêmes sont au contraire en voie de prolifération. La télévision et ses séries en font la démonstration alors même que l'on ne voyait guère d'avenir au broadcast et l'on sent à travers la grève des scénaristes d'Hollywood que c'est un nœud du mode de production de l'économie d'opinion qui est touché à travers cela. Le

« capitalisme cognitif » (Moulier-Boutang) est aussi fait de ces producteurs de récits à la chaîne.

Mais sur le Web, vient d'émerger un mode inédit pour faire exploser la demande et l'offre de récits à la fois : ce sont les blogs. Certes, les blogs sont souvent loin des formes canoniques artistiques des récits mais là n'est pas la question. Des amateurs peuvent désormais rendre public (mais toujours modérément car il s'agit des publics du proche, qui parfois peuvent soudain s'étendre de façon imprévue) ce qui à une autre époque aurait été considéré comme des journaux intimes et devient représentatif d'un tournant expressiviste (Allard). La narration est toujours présente puisque la chronologie est l'organisatrice principale des énoncés (« billets »). Et l'auteur y manifeste en permanence une intention propre de publication qui oriente sa mise en scène de lui-même ou de son milieu. Les formats sémiotiques sont très variés et de moins en moins textuels pour atteindre souvent au quasi roman photo, avec peu de légendes. Et malgré ce format peu stabilisé, certains blogs obtiennent une grande notoriété et captent un public, la technologie RSS (*Really Simple Syndication*) permettant d'optimiser ce lien permanent avec le « fil » du récit du bloggeur, au fur et à mesure des nouveautés qui apparaissent. Se trouvent ainsi combinées à nouveau les deux propriétés de l'attention à travers ce fil RSS :

- les événements sont rendus visibles, saillants, et ce sont eux qui créent de l'intensité, l'excitation montant à chaque alerte sur un nouveau billet ou sur un post dans un forum.

- la durée est exploitée aussi grâce au fil qui maintient le lien, qui attache et qui provoque, comme dans tout récit, une identification, une forme d'adhésion durable à un univers discursif (Bouchardon).

Cette immersion narrative est exploitée beaucoup plus intensivement dans les jeux vidéo sans aucun doute et tout le *game design* tourne autour des niveaux d'une part puis au sein de chaque niveau des événements qu'il convient de créer pour maintenir l'attention d'autre part. Souvent des séquences vidéo racontent même certains épisodes pour assurer la transition entre états ou entre niveaux, en adoptant un mode narratif classique où le joueur est spectateur. L'engagement du joueur dans la narration, dans la production des événements reste cependant le ressort essentiel de cette narrativité propre au jeu vidéo. C'est ce qui permettra de transformer l'effet propre de captation de la narration en expérience véritable.

Les formats proposés par le Web à travers les blogs ou les fils RSS ne relèvent pas de la même intensité d'immersion narrative. Le Web peut dès lors aisément basculer sur le même régime d'attention que celui des médias, centrés sur les événements. Mais les évolutions significatives du Web se portent précisément sur cette démarcation avec la focalisation sur l'intensité des événements pour attacher durablement l'internaute. Prenons ainsi le développement du *tagging*. Les tags classiques constituent certes des groupes que nous évoquerons dans la dimension d'immersion sociale. Mais ils peuvent être prétexte à une immersion dans une narration qui déborde le Web. Certains sites vont ainsi proposer de partir à la recherche de tags dans la ville, dans l'espace réel, tout comme dans un jeu de piste, soit pour découvrir des informations, pour rencontrer des

personnes ou encore pour gagner quelque chose dans des chasses aux trésors qui se développent dans le même temps (geocaching avec GPS). Aussi rares soient encore ces sites, ils indiquent la piste d'une tendance lourde qui est renforcée vec la navigation Web étendue au téléphone portable et désormais accessible à plus faible coût : le support ne produit plus de frontière pertinente pour l'expérience de l'utilisateur et notamment pour l'expérience narrative. Un téléfilm commencé sur son PC peut ensuite être continué sur son portable pour être terminé sur sa télévision et tout cela via des échanges IP, à partir de navigateurs Web.

L'internaute peut ainsi rester immergé en toutes circonstances dans l'univers narratif proposé par des auteurs, des sites ou des médias de tous types. Nous retrouvons alors, techniquement déplacé, le phénomène des baldaquins déjà évoqué. À ceci près qu'il peut s'agir désormais non plus de grands récits, mais de narrations ordinaires, produites par des professionnels de la série TV par exemple mais aussi par des internautes ordinaires sur leurs blogs. Cette immersion narrative que chacun a pu expérimenter en lisant pendant deux jours entiers un roman passionnant, en vivant les moments de la vie quotidienne comme un zombie, cette sortie hors de son monde, n'est plus réservé au livre (qui avait l'avantage d'être extrêmement portable) mais s'étend au Web qui « sort » désormais sur tous les supports et reproduit la continuité indispensable qui produit l'effet de tunnel de la durée pour l'attention. La capacité de certains producteurs comme Endemol à mêler fiction TV, téléréalité, participation du téléspectateur, contribution par le biais du téléphone portable, etc.. montre bien la porosité des frontières médiatiques et de leurs supports techniques : le Web lui-même évolue vers cette omniprésence, cette effet « pervasif », qui crée les conditions de la captation pour la narration.

L'immersion sociale

La structure du spectacle a toujours produit des effets collectifs par le seul fait de regrouper des personnes dans un même espace. Mais les analyses propres aux foules (Le Bon) ne s'appliquent pas aussi simplement aux publics, par le seul fait que leur écologie peut sembler voisine, puisqu'ils sont rassemblés dans un même espace, alors que pour Tarde les publics étaient les regroupements pour qui pouvait s'exercer une influence à distance (comme dans le modèle canonique du journal). L'immersion émotionnelle que l'on pense déceler n'est pas du même ordre dans une manifestation syndicale et dans une salle de théâtre en grande partie parce que les conventions y ont été construites selon des principes différents et supposent dans tous les cas des règles de régulation et d'autorégulation de la contagion. Ce type d'immersion relève largement de la dimension intensité de l'attention et permet de comprendre comment les effets perceptifs ou narratifs peuvent être encore renforcés par la situation collective (à l'inverse ils peuvent en être perturbés si les conventions ne sont pas respectées, ex : manger ou non du pop corn au cinéma !).

Une autre dimension de l'immersion sociale serait à rapprocher de l'affiliation, dès lors qu'elle prend des aspects de captation de toutes les dimensions de la vie personnelle : les partis totalitaires ont toujours su mettre au point ces méthodes d'appartenances contrôlées et omniprésentes, qui aboutissent à vivre dans un seul monde, celui

délimité par le parti. Non plus comme cadre interprétatif, ou immersion narrative mais par les pratiques ordinaires de la vie sociale, qui sont toutes organisées par le parti, ses réseaux sociaux, ses relais, ses initiatives, son calendrier, ses organismes affiliés, etc. L'immersion sociale, dans ce cas, joue sur la durée et doit pour cela s'appuyer sur des médiations qui assure un balisage constant de tout l'espace social, constituant une frontière systématique entre « nous » et « eux » dans toutes les sphères de la vie sociale (consommation, logement, éducation, loisirs, etc. aussi bien que travail ou vie citoyenne). La tendance à la désaffiliation (Castel) a été considérée à juste titre comme une tendance lourde de nos sociétés et l'on pourrait donc considérer que ces formes d'attachement dans la durée sont condamnées à disparaître au profit d'un zapping social débridé. Le Web offre au premier abord la marque de ce processus. En premier lieu parce qu'il soutient un travail puissant de sape des autorités, de ces références qui sont aussi des formes d'appartenance : il est toujours possible de trouver ailleurs sur le Web des attracteurs vers d'autres collectifs, et souvent des plus éphémères, qui contestent ces autorités établies.

Mais ce processus n'est plus à sens unique. Désormais le Web est un puissant dispositif de production de collectifs inédits sous le nom anglo-saxon de « communautés ». Ces communautés peuvent se constituer à partir d'intérêts partagés extrêmement rares, qui n'avaient pas droit de cité dans la société civile « réelle » parce que ce regroupement n'aurait jamais touché que quelques personnes. À l'échelle mondiale, la moindre des passions spécialisées commence à exister par la puissance de connexion des réseaux. Leurs amorçages peuvent être très variés : certains sont liés à des blogs, d'autres à des marques qui tentent de s'approprier cet attachement à l'image qu'ils ont construite et qui les déborde, d'autres sont liés à des initiatives citoyennes avec recherche explicite de partenaires, d'autres à des publics affectés très précisément par certains phénomènes (dont les maladies rares, voir Akrich et Méadel), d'autres encore par un voisinage de photos postées sur Flickr qui révèle des intérêts communs pour les chiens pitbull, les accidents de voiture, les manuscrits des Lumières, etc.. La puissance d'immersion des passions personnelles est bien connue mais elle est démultipliée dès lors que le Web met en relation tous ces passionnés pour leur permettre de socialiser ce qui apparaissait comme une marque de singularité mais aussi d'isolement. Si l'on pointe souvent dans la presse les dangers de l'immersion des joueurs de jeux vidéo en ligne, en la considérant comme addiction, que dire de ceux qui font commerce sur ebay et en font quasiment leur métier ou des communautés spécialisées qui font vivre forums, blogs, chats, et listes de diffusion en même temps au point d'occuper tout le temps libre, voire même le temps de travail !

« Être membre de » constitue finalement un bien assez rare et recherché sur internet dans la mesure où tous les autres modes d'affiliation ne sont plus crédibles. L'avantage des appartenances sur le Web tient à leur obsolescence rapide et au contrôle apparent sur leur pouvoir de liaison : il est toujours possible de se désabonner, de supprimer le fil RSS, de rester dans la superficialité des rapports sociaux, qui est après tout la condition urbaine elle-même, cette superficialité dont Simmel disait qu'il fallait arrêter de se plaindre.

Mais les technologies se multiplient cependant pour permettre de maintenir ce lien, même superficiel. L'attention est ainsi traitée dans sa dimension de durée grâce à des « dispositifs de maintenance » du lien que sont les fils RSS et les listes de diffusion. L'activité d'une communauté donnée peut rester totalement asymétrique avec très peu de contributions dans les forums de la part des mêmes internautes, pourtant cela suffit aux « leechers » comme on les appelle en *Peer to peer*, aux passagers clandestins, comme on les désigne en économie, pour y trouver un intérêt et continuer à observer ce qui se passe, voire même à se sentir membres de cette communauté. Nous sommes loin dans ce cas des modèles d'appartenance totale que nous évoquions précédemment mais, du point de vue de la durée comme de l'intensité informationnelle, ces liens peuvent devenir très captivants, malgré – et grâce à – leur superficialité. Cette immersion dans le superficiel, dans des affiliations de surface peut paraître étrange mais elle fait partie de ces pouvoirs paradoxaux des effets réseaux, où l'on peut finalement être attaché sans le savoir, où les « liens faibles » deviennent la ressource de base des activités communautaires. Le succès des sites comme *Myspace* et *Facebook* sont, sur ce plan, des exemples remarquables puisque tout le monde finit par être potentiellement déclaré « ami » de tout le monde (mais de nombreux autres sites de réseaux sociaux ont été constitués sur des bases voisines comme Viadeo). La mise à disposition de tout son carnet d'adresses comme fonction aisément activable, l'accord implicite pour donner toute liberté au site de Facebook pour que toute l'activité personnelle donne lieu à information des autres « amis », offre une puissance de frappe énorme aux marques, ce qui explique la valorisation soudaine de Facebook en bourse. On peut s'étonner que les personnes acceptent aussi facilement la traçabilité généralisée de leurs activités mais il faut se souvenir que chacun considère précisément que ces activités restent superficielles, qu'elles n'engagent rien d'intime ni de précieux[1]. C'est ignorer à quel point ces activités superficielles sont de grande valeur dans toute stratégie de « Consumer Relationship Management » : avec ces caractéristiques des applications des réseaux sociaux, on finit par transformer le Web en un énorme dispositif de CRM, autoalimenté par les internautes. L'immersion sociale est ici captation par les marques, et ce cas n'est pas marginal puisque c'est le principe même de l'économie du Web et de son lien étroit avec l'opinion, qui permet la prédation de toutes les valeurs créées par les consommateurs eux-mêmes par leur seule activité d'arpentage du Web.

Depuis que le Web sort des ordinateurs pour être accessible sur les téléphones portables, la nature de l'immersion sociale change encore. L'appartenance superficielle que nous évoquions, peut être convoquée à tout moment, à l'aide du *bluetooth* ou du GPS, en permettant de détecter une présence devant une affiche ou une vitrine ou encore dans les parages d'un autre membre d'un réseau social (voir les applications d'une société française comme Mobiluck). De même que le cadre narratif se détache du support ordinateur, le réseau social formé sur le Web peut désormais sortir dans la rue et instituer une permanence du lien dans tous les milieux. C'est alors que l'intensité peut être renforcée puisque ce sont des sollicitations multiples et permanentes qui pourront être proposées, marchandes ou non, fondées sur

les propriétés de son profil déclarées sur un site ou un autre, même lorsqu'on ne se souviendra plus l'avoir fait. Cet « espace psychique » que savent créer tous les humains avec les êtres auxquels ils sont attachés (y compris des objets ou des lieux) tend à se matérialiser, à s'actualiser, et à se manifester par des apparitions de toute sorte dans son activité réelle. Il est certes inévitable de se demander comment la saturation par la présence permanente réelle (même si en réseau) peut encore garantir les avantages de cet espace psychique, notamment le travail d'élaboration et de remémoration qu'il permet, à travers l'absence précisément.

L'immersion désirante

Dès lors que l'on fait le tour de ces offres multiples pour tous les sens, pour tous les récits, pour toutes les rencontres, on s'inquiète légitimement pour le statut du désir de ces êtres-connectés que nous sommes devenus, soumis au bombardement incessant des sollicitations de tous ordres. Très simple en fait : il suffit de se débrancher. Facile à dire mais plus si facile à faire dès lors que les activités ordinaires mais aussi professionnelles utilisent désormais cet unique vecteur qu'est internet et spécialement le Web. Car point d'espoir de coupure ou de cloisonnement entre les mondes, le Web et ses sollicitations sont par définition pervasifs, intrusifs, contagieux et tous les filtres que les parents ou les chefs d'entreprise cherchent à établir sont bien difficiles à faire tenir. Car il se passe toujours quelque chose sur le Web et cela suffit à exciter en permanence la curiosité. Quoi de plus simple que d'aller le matin regarder, en passant, les pages d'un journal puis d'un autre, de lire des commentaires et de se retrouver perdu dans la lecture de dizaines de points de vue parfois étranges, scandaleux, mais tellement vivants, bien moins formatés que la presse professionnelle. Car voilà ce qui passe, ce qui circule dans ces réseaux, c'est du désir, des passions, parfois bruts de décoffrage, mais au moins rendus visibles, alors qu'ils pouvaient être enfouis sous le formatage lisse des médiateurs professionnels. C'est ainsi que procède aussi l'identification à ce qui se passe sur le Web : autant on peut rester effarés de voir comment les blogs des nouvelles mères donnent lieu à des étalages de bonheurs et de déclarations d'amour, avec force photos (et publicités pour les produits pour bébé dans le coin à l'occasion), autant cette forme d'indécence, d'obscénité même, possède pourtant quelque chose de nous, de notre propre captation dans les reflets des miroirs de l'opinion, dans les regards supposés des autres. Et la sidération devant les vidéos invraisemblables par exemple, n'invalide pas la critique que l'on en fait (« *quelle débilité, quelle honte !* ») et en même temps maintient la fascination sur le mode du « *je sais bien mais quand même* » (Boullier, 2004, à propos de Mannoni) : « *je sais bien que c'est débile mais quand même ça m'attire* », comme nous l'avons montré dans les discours sur sa pratique de la télévision (Boullier, 2004-2).

Mais le Web est aussi devenu le dispositif d'excitation permanente. Ce fut le succès d'emblée à partir de la pornographie, qui se maintient largement comme leader des consultations, mais depuis, de nombreuses activités se sont développées, toutes fondées sur une stimulation permanente des désirs inavoués : le jeu en ligne fait un carton désormais au point d'inquiéter les salles de casinos, les sites de rencontres parviennent

désormais à constituer des fichiers énormes (et la France tient un leader avec Meetic) avec des technologies très sophistiquées de « matching » et de captation des publics. Plus ordinaire, « l'appât du gain » comme on le dit en termes moraux, constitue le ressort de toutes les activités de commerce en ligne, tels qu'elles se pratiquent sur e-bay qui fournit une des meilleures rentabilités parmi les sites Web. Le rôle de broker est ici réduit au plus simple mais les dispositifs pour garantir les paiements constituent progressivement un encouragement à l'activité permanente (votre score augmente en fonction du nombre de transactions effectuées et vous devenez ainsi plus fiable et donc encouragé à vendre encore un peu plus souvent).

Toute cette stimulation constante des désirs constitue un des ressorts majeurs de la captation du public ct dc son immersion. Les gains réguliers sont un des ressorts essentiels du maintien de l'intérêt dans les *gameplay* des jeux vidéo mais ils sont présents partout sur le web désormais. Pour reprendre les concepts de Sloterdijk, le Web fournit ainsi à la fois le « stress » maximum par une sollicitation toujours renouvelée d'objets nouveaux à désirer, et la « gâterie » maximum car tout y est disponible et, ne l'oublions pas, très souvent gratuitement. Dès lors que l'abondance offerte sur le Web ne suffit pas, on passe à l'échelle supérieure par des téléchargements massifs de contenus que l'on n'aura jamais le temps de visionner ou d'écouter mais qui permettent d'atteindre la jouissance par leur excès même (toujours jouer avec la limite, c'est la définition lacanienne de la jouissance) : le Web devient alors lui aussi un dispositif « pousse-au-jouir » comme je l'avais proposé pour les messageries roses, les parcs de loisirs et les clubs de vacances (Boullier, 1988). Sur le plan du désir, on peut ainsi considérer que l'immersion se traduit par un pousse-au-jouir (Miller, 1973), cette tendance à jouer avec les limites de l'excitation. Ce processus n'est pas à confondre avec l'addiction même s'il peut paraître voisin car la recherche de la jouissance peut fonctionner comme « un coup », un événement unique. Mais l'immersion dans cet univers d'abondance dans tous les domaines constitue clairement une mise en risque des dynamiques désirantes et de l'inadéquation permanente, de la relance des objets de substitution qui les fonde.

Conclusion

Le paradigme du Web immersif n'est encore qu'à l'aube de sa mise en œuvre. Pourtant tous les dispositifs, les services et les expériences que cela suscite sont déjà présents sur le Web. Notons que cela suppose de basculer dans une vision étendue du Web qui sert de plaque tournante à d'autres protocoles et à d'autres terminaux pour assurer un tissu sans couture indispensable à cet effet d'immersion : les architectures techniques en cours de développement en 2007 sont toutes orientées vers cet objectif : capter le public plus durablement en mobilisant toute son attention au point de provoquer son immersion. Cette proposition ne pourrait que renforcer la posture critique des médiologues par exemple, qui vantent les mérites incomparables de l'écrit (en l'occurrence du livre imprimé) dans la formation de citoyens distanciés et acteurs de leur propre vision critique (ce qui semble contradictoire avec tout effet d'immersion). On peut en effet s'interroger sur les effets sociaux-psychiques d'un tel monde (qui est bien plus puissant que la seule télévision) pour les plus

jeunes : naître dans un monde équipé d'emblée de ces dispositifs immersifs, c'est en effet prolonger le mode de communication fondé sur l'imprégnation qui domine l'enfance (Gagnepain, Quentel), qui est immergée dans le monde de ses parents et qui ne s'en détachera qu'à la suite de conflits lors de l'adolescence. Les adultes qui possèdent leur mode d'engagement facial non immersif lié au livre notamment peuvent avoir des difficultés à passer à un mode immersif et peuvent aussi trouver le moyen de combiner les deux modes. Mais lorsqu'un seul mode, l'immersion, se présente comme naturel, évident, dominant, comment se construit alors une mise à distance entre univers d'appartenance au moment de l'adolescence ? et quelles conséquences peut on prévoir dans les modalités médiatiques de mise en relation sociales plus larges par la suite ? Avouons que sans pouvoir rien en dire, et sans inquiétude a priori, il nous semble que des changements profonds sont en cours, tout aussi importants que ceux, conjugués à la Renaissance, de la perspective (ici l'immersion), de l'imprimerie (ici le numérique) et de la découverte de l'Amérique (ici, le Web comme sphère).

R · É · F · É · R · E · N · C · E · S

AKRICH Madeleine, MÉADEL Cécile, 2004, « Problématiser la question des usages. Introduction au n°spécial 'Les technologies de l'information à l'épreuve des pratiques'», *Sciences Sociales et Santé*, 22 (1), pp. 5-20.

ALLARD Laurence. « Blogs, Podcats, Tags, Mashups, Locative Medias. Le tournant expressiviste du Web », *Médiamorphoses*, n°21, Septembre 2007, pp. 57-62.

BARTHES Roland. *La chambre claire. Note sur la photographie,* Paris : Le Seuil, 1980.

BESSY Christian et CHATEAURAYNAUD Francis, *Experts et faussaires. Une sociologie de la perception,* Paris : Metailié, 1995.

BOUCHARDON Serge et GHITALLA Franck, « Récit interactif, sens et réflexivité », dans *Hypertextes hypermédias : créer du sens à l'ère numérique, H2PTM'03,* pp. 35-46, *Hermès*, Paris, septembre 2003.

BOUCHARDON Serge. « Le récit littéraire interactif. Narrativité et interactivité », thèse soutenue à l'Université de Technologie de Compiègne, 7 décembre 2005.

BOULLIER Dominique. « Les industries de l'attention : au-delà de la fidélisation et de l'opinion », *Colloque Industries de la culture, de l'information et de la communication,* organisé par l'OMIC, MSH Paris Nord, 25-27 Septembre 2006.

BOULLIER Dominique. Au-delà de la croyance : « Je sais bien mais quand même », *Cosmopolitiques,* n°6, 2004.

GHITALLA Franck, BOULLIER Dominique, GKOUSKOU Pergia, LE DOUARIN Laurence et NEAU Aurélie. *L'outre-lecture. Manipuler, (s')*

approprier, interpréter le Web, Paris : Bibliothèque Publique d'Information/Centre Pompidou, 2003, 267 p.
BOULLIER Dominique. *L'urbanité numérique. Essai sur la troisième ville en 2100*, Paris: L'Harmattan, 1999.
BOULLIER Dominique. « Archéologie des messageries », *Réseaux,* n° 38, 1989.
BOULLIER,Dominique. « Les conventions pour une appropriation durable des TIC. Utiliser un ordinateur et conduire une voiture », *Sociologie du Travail,* 3/2001, pp. 369-387.
BOULLIER Dominique. *Connecter n'est pas instituer. Nouvelles technologies de communication et autres dispositifs pousse-au-jouir,* Rennes : LARES, 1988, pour le Plan Urbain, 176 p
BOULLIER Dominique. *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques,* Paris : L'Harmattan, 2004.
CASTEL Robert. *Les métamorphoses de la question sociale. Chronique du salariat,* Paris : Gallimard, 1999.
COCHOY Franck (ed.). *La captation des publics : « c'est pour mieux te séduire, mon client »*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2004.
EISENSTEIN Elizabeth L. *La révolution de l'imprimé dans l'Europe des premiers temps modernes,* Paris: La Découverte, 1991.
GAGNEPAIN Jean. *Leçons d'introduction à la théorie de la médiation*, Anthropo-logiques n° 5, Coll. BCILL, Louvain-la-Neuve : Peeters, 1994.
GHITALLA Franck, BOULLIER Dominique, GKOUSKOU Pergia, LE DOUARIN Laurence et NEAU Aurélie. *L'outre-lecture. Manipuler, (s') approprier, interpréter le Web,* Paris : Bibliothèque Publique d'Information/Centre Pompidou, 2003, 267 pages.
GOLDHABER Michael H. 1989. « Equality and Education in America Now » in *Education and the American Dream*, H. Holtz, I. Marcus, J. Dougherty, J. Michaels, and R. Peduzzi (eds.), Granby, Mass.: Bergin & Garvey, Chapter 6, pp. 70-76.
GOLDHABER Michael H. 1992. « The Attention Society » Release 1.0, (26 March), No. 3, E. Dyson (ed.), New York, EDventure Holdings, pp. 1-20 http://www.firstmonday.org/issues/issue2_4/goldhaber/index.html
LATOUR Bruno. *Reassembling the Social- An Introduction to Actor-Network-Theory,* Oxford University Press, 2005.
MANOVICH Lev. *The language of new media,* Cambridge, MIT Press, 2001.
MILLER Gérard. *Les pousse-au-jouir du maréchal Pétain,* Paris : Le Seuil, 1973.
MOULIER-BOUTANG Yann. *Le capitalisme cognitif,* Paris: Éditions Amsterdam, 2007.
ORLEAN André (dir.), *Analyse économique des conventions,* Paris, PUF, 1994.
ORLEAN André. *Le pouvoir de la finance*, Paris, Éd. Odile Jacob, 1999.
PANOFSKY Erwin. *La perspective comme forme symbolique,* Paris, Éd. Minuit. (first appeared, 1927, Perspective as a symbolic form), 1993.
PERRIAULT Jacques. *Mémoires de l'ombre et du son,* Paris: Flammarion, 1992.
QUENTEL Jean-Claude. *L'enfant,* Bruxelles, Peeters, 1995.
RASMUSSEN Jens. *Information Processing and Human-Machine Interaction,* Nortth Holland, 1986.
RIBOT Théodule. *Psychologie de l'attention*, Paris, Felix Alcan, 1889.
SIMMEL Georg. *Etudes sur les formes de la*

socialisation, Paris : PUF, 2000.
SLOTERDIJK. *Sphères I Bulles,* Maren sell éditeur, Pauvert, Paris : 2002
SLOTERDIJK. *Sphères I Globes*, 1999, non traduit
SLOTERDIJK. *Sphères III Ecumes*, Maren sell éditeur, Pauvert, Paris : 2005
THEVENOT Laurent. *L'action au pluriel. Sociologie des régimes d'engagement.* Paris : La découverte, 2006.
WENGER Etienne. *Communities of Practice : learning meaning and identity,* Cambridge: Cambridge University Press (1998)

R · É · S · U · M · É

Le Web subit de plus en plus l'influence des autres médias capables de capter l'attention plus durablement : suivant en cela les jeux vidéo, il devient immersif. Cette immersion perceptive rompt avec la posture du spectateur qui a été constituée comme cadre perceptif dominant depuis la Renaissance : l'immersion suppose un engagement dans l'action. Des évolutions notables dans ce sens sur le Web sont présentées. Mais l'immersion perceptive ne gagne en puissance qu'à la condition d'être couplée à une immersion narrative, sociale et désirante.

The Web gets more and more influenced by other media able to grasp public attention more durably: deriving from the video games, it becomes immersive. This perceptive immersion breaks with the spectator position which was made up as a dominant perceptive framework since the Renaissance: immersion means engaging into action. The paper describes remarkable evolutions on the Web towards immersion. The perceptive immersion becomes effective only when coupled with narrative, social and emotional immersions.

1. Signalons cependant que la réaction vive des utilisateurs de Facebook contre cette utilisation de leurs données a conduit en novembre 2007 à introduire une autorisation explicite pour cette fonction.