



HAL
open science

Journalisme immersif: l'émotion comme vecteur d'intelligibilité ou simulacre d'une participation au monde ?

Émilie Ropert

► **To cite this version:**

Émilie Ropert. Journalisme immersif: l'émotion comme vecteur d'intelligibilité ou simulacre d'une participation au monde ?. Sciences de l'information et de la communication. 2016. dumas-01671490

HAL Id: dumas-01671490

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01671490>

Submitted on 22 Dec 2017

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

Journalisme immersif

L'émotion comme vecteur d'intelligibilité ou simulacre d'une participation au monde ?

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Denis Ruellan

Nom, prénom : ROPERT, Émilie

Promotion : 2015-2016

Soutenu le : 05/07/2016

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui je voudrais témoigner ma reconnaissance.

Je voudrais tout d'abord adresser ma gratitude à mon rapporteur universitaire, Denis Ruellan. Nos échanges tout au long de l'année m'ont été précieux : ils ont alimenté ma réflexion et élargi mes perspectives de recherche.

Je souhaite également remercier Heidelinde Blumers, Chargée de programmes au pôle web d'Arte France, qui a accepté de m'accompagner en tant que rapporteure professionnelle.

Je suis en outre reconnaissante aux professionnels rencontrés, Chloé Jarry, Antonin Lhote et Raphaël Beaugrand, d'avoir accepté de me consacrer de leur temps.

Je remercie ma famille, mes collègues et amis pour leurs encouragements. Je salue tout particulièrement Claire de Ponfilly, qui a bien voulu relire mon mémoire. Enfin, je remercie mon compagnon, Denis Dupont, pour son indéfectible soutien.

<u>Introduction</u>	p. 1
1. Historicité et caractéristiques des pratiques immersives dans le champ journalistique, artistique et ethnologique	p. 4
1.1. <u>Historicité de l'immersion dans la pratique journalistique</u>	p. 5
a. L'immersion longue	p. 5
b. <i>Long reads</i>	p. 6
c. L'immersion dans le banal, le quotidien	p. 7
d. Le recours aux longs formats dans les médias actuels	p. 8
e. Les web-documentaires participatifs	p. 8
1.2. <u>L'immersion au cœur du processus littéraire et journalistique</u>	p. 10
a. Ecriture et expérience de terrain	p. 10
b. Réalisme de la représentation	p. 11
c. L'immersion comme abandon	p. 12
d. L'immersion dans les écrits fictionnels et non-fictionnels	p. 13
1.3. <u>L'immersion picturale</u>	p. 14
a. Une esthétique de la sensation	p. 14
b. Technique de l'immersion picturale	p. 15
c. L'immersion comme quête existentielle	p. 17
d. L'immersion comme illusion	p. 17
1.4. <u>L'immersion dans les arts vivants</u>	p. 18
a. Le recours aux sens	p. 19
b. L'immersion comme moyen d'identification	p. 20
c. Le spectateur comme partie intégrante de l'œuvre	p. 21
d. Vers un art total	p. 23
1.5. <u>L'immersion cinématographique</u>	p. 23
a. La photographie comme décalque du réel	p. 24
b. Emotion cinématographique et circularité	p. 25
c. Un spectateur actif	p. 26
1.6. <u>L'immersion ethnologique</u>	p. 27
a. L'immersion comme moyen de débusquer le vrai	p. 28
b. La subjectivité de l'ethnologue en question	p. 29
c. L'immersion comme pratique scientifique ?	p. 30
d. Une présence sur le terrain qui change la donne	p. 32
<u>Bilan</u> : ressorts et fonctions de l'immersion	p. 33
2. Création du réel, identification et croyance : élaboration d'une position au monde et recherche de sens	p. 36
2.1. <u>Empathie, intimité et médias</u>	p. 37
a. Ressentir pour mieux comprendre	p. 37
b. Empathie et pratique journalistique	p. 38
c. Immersion et empathie	p. 39
2.2. <u>Réalité, vérité et virtualité</u>	p. 41
a. La technique au service de la restitution du réel	p. 41

b. Le journaliste comme témoin et garant de la vérité	p. 42
c. La réalité comme objectivation du réel	p. 43
d. La réalité virtuelle comme constitutive du réel	p. 44
2.3. <u>Crédulité et incrédulité du spectateur</u>	p. 45
a. Le pacte de lecture	p. 45
b. Des faits « bruts » sous le sceau du soupçon	p. 46
c. La validité de la parole journalistique remise en question	p. 48
d. La connaissance comme renoncement	p. 49
2.4. <u>Utopie de la transparence et disparition du medium</u>	p. 50
a. Utopie de la communication	p. 50
b. Utopie de la nouveauté	p. 51
c. La réalité virtuelle comme moyen de compenser l'incomplétude du réel	p. 52
2.5. <u>Place du corps, espace et participation du spectateur</u>	p. 54
a. Entre simulacre et nouvelles possibilités d'intelligence collective	p. 54
b. Le corps dans l'espace virtuel	p. 56
c. De nouveaux usages qui appellent de nouvelles grilles de lecture	p. 57
d. Réalité virtuelle et participation	p. 59
<u>Bilan</u> : réalité virtuelle, modalités et discours	p. 59
3. Journalisme immersif : contexte économique, axes de développement et analyse de quatre productions	p. 62
3.1. <u>Contexte : quelles applications pour la réalité virtuelle, quel avenir pour le journalisme immersif ?</u>	p. 63
a. Etude prospective du cabinet Deloitte	p. 63
b. Conférence au CFPJ	p. 66
3.2. <u>360°, réalité virtuelle et réalité augmentée : différentes approches de la réalité</u>	p. 68
a. Caractéristiques de l'expérience immersive dans le discours journalistique	p. 68
b. Prise de contact avec les professionnels et choix des productions étudiées	p. 71
3.3. <u>Analyse de reportages en journalisme immersif et des discours d'escorte</u>	p. 72
a. <i>New York Times VR</i> : « The Displaced »	p. 72
b. <i>Vice Media/United Nations</i> : « Waves of Grace »	p. 75
c. <i>Okio Report</i> : « Syrie, la bataille pour le Nord »	p. 77
d. <i>France Télévisions</i> : « The Enemy »	p. 79
3.4. <u>Le journalisme immersif comme fabrique citoyenne : vers un « horizon d'action » ?</u>	p. 82
a. L'empathie pour la souffrance à distance	p. 83
b. De l'empathie à l'action ?	p. 84
<u>Bilan</u> : idéologie et délégation politique	p. 85
<u>Conclusion</u>	p. 88
Bibliographie	p. 91
Annexes	p. 97

Introduction

Lors de la préparation des oraux du concours du Celsa, la lecture d'un article du *Monde* nous a fortement interpellée. Il y était question de la « Game Developer Conference » (GDC) de San Francisco, le plus grand salon professionnel annuel du jeu vidéo, et du fait que l'édition 2015 porterait essentiellement sur la réalité virtuelle. Cet article a ainsi constitué une porte d'entrée vers la découverte de la réalité virtuelle : rappel du principe, applications possibles, nouveauté technologique, perspectives de développement. Notre choix de traiter de la réalité virtuelle dans ce mémoire s'est imposé. Cette nouvelle technologie sera-t-elle adoptée par le grand public ? Qu'apporte-t-elle de plus ? Que change-t-elle pour l'auteur, pour le récepteur ? S'agit-il véritablement d'une révolution ? Quelles sont les perspectives économiques ? Quels changements cela engendre-t-il en termes de production, de compétences, d'investissements ?

Notre attention s'est par la suite resserrée sur le journalisme immersif. Pourquoi vouloir retranscrire le réel par la réalité virtuelle ? Comment refléter l'exactitude des faits en recourant à une technologie qui ne filme plus le réel mais le récrée ?

Nous nous sommes arrêtée sur deux termes qui revenaient dans l'ensemble des articles dont nous avons pris connaissance : « immersion » et « empathie ». Voir l'univers en 360° à travers un casque de réalité virtuelle entraînerait un effet immersif jamais atteint auparavant, et susciterait une empathie propre à changer notre manière de voir le monde. Dans les écrits qui lui sont consacrés, le journalisme immersif est par ailleurs présenté comme expérientiel. Le spectateur, virtuellement transporté dans un autre environnement, aurait l'opportunité de vivre l'existence d'un autre, de ressentir ce qu'il ressent.

Notre travail de recherche s'est concentré sur cette question : l'émotion suscitée par le journalisme immersif peut-elle être considérée comme moyen d'intelligibilité ou simulacre de participation au monde ? Nous avons d'abord posé que l'immersion ne constituait pas une caractéristique propre à la réalité virtuelle, et avons entrepris de dresser un panorama de l'immersion à travers le temps et dans différents domaines. Nous sommes par ailleurs partie du postulat que réalité virtuelle et vérité ne s'opposaient pas et, à partir de là, avons formulé que l'émotion (bien réelle y compris dans le contexte de la réalité virtuelle) était constitutive de notre interprétation et de notre compréhension du monde. Nous avons enfin confronté cette approche à l'analyse de quatre productions afin de caractériser ce qui s'opère du côté du spectateur comme du côté du journaliste ou du producteur.

Nous avons opté, afin de collecter les matériaux nécessaires à notre recherche, pour une méthodologie reposant sur trois types de ressources. Nous avons adopté une posture d'observation participante et avons ainsi testé de multiples productions de journalisme immersif. Nous avons mené des entretiens auprès de professionnels ayant produit ou réalisé des contenus de journalisme immersif. Ces prises de

contact nous ont par ailleurs permis d'accéder à certaines productions qui ne sont pas encore ou difficilement accessibles au grand public. Nous avons en outre analysé les discours d'escorte traitant du sujet. Nous nous sommes employée à identifier les allants de soi et à les examiner en les adossant à la lecture d'ouvrages théoriques de référence. Ayant fait le choix d'étudier un média émergent, nous sommes restée en veille tout au long de l'année afin de suivre de près les actualités relatives au journalisme immersif et à la réalité virtuelle. Enfin, notre analyse s'est portée sur quatre productions que nous avons estimé représentatives des contenus actuellement produits en journalisme immersif.

Nous avons entrepris, dans notre première partie, d'étudier la notion d'immersion à travers le temps et dans différents champs : journalistique, artistique et ethnologique. Nous avons défini plusieurs caractéristiques constitutives de l'immersion dans la pratique journalistique : l'expérience longue dans l'environnement étudié, la rédaction de formats longs qui permettent de traduire la réalité du sujet et l'intérêt porté pour le banal, le quotidien. Nous avons fait valoir les points communs entre immersion journalistique et littéraire, l'écrivain utilisant lui aussi sa connaissance du terrain pour créer les conditions d'une adhésion du lecteur à l'histoire qui lui est racontée. Nous avons par ailleurs montré la similarité des ressorts immersifs utilisés dans les textes fictionnels et non-fictionnels. Nous avons ensuite abordé l'immersion picturale d'un point de vue technique et émotionnel. Derrière l'effet de réalité, l'esthétique de la sensation qui s'exprime en peinture renvoie à une quête existentielle. La prédominance du sensoriel se retrouve également dans les arts vivants. L'immersion apparaît à la fois comme un moyen d'identification et comme une manière d'intégrer le spectateur à l'œuvre, avec l'idée d'un art total, absolu qui reflèterait la totalité du monde. L'adéquation des images avec le réel, l'émotion et la participation du spectateur se retrouvent de la même manière dans l'immersion cinématographique. Tout comme dans le cas du journalisme, l'immersion ethnologique vise à débusquer le vrai. Mais si l'immersion constitue une méthodologie scientifique, comment en valider les résultats alors que la subjectivité de l'ethnologue entre en jeu, et que sa présence sur le terrain modifie nécessairement les conditions d'analyse ?

L'immersion ayant à voir avec la reproduction du réel, nous avons fait le lien, dans notre deuxième partie, entre création du réel, identification et croyance, qui définissent la position du récepteur au monde et conditionnent sa recherche de sens. L'émotion médiatique fait partie de cette recherche de sens. L'idée est de ressentir, d'éprouver de l'empathie pour mieux comprendre. Comme les autres médias, la réalité virtuelle ambitionne de restituer le réel. Le journaliste reste, dans cette optique, le témoin et le garant de la vérité. La réalité virtuelle est ainsi entendue comme constitutive du réel. Elle nécessite un travail d'objectivation qui ne diffère pas de celui effectué par tout un chacun pour distinguer le vrai du faux. La croyance du récepteur est régie par un « pacte de lecture », et sa crédulité ou son incrédulité déterminés par sa grille d'analyse. Echaudé par les manipulations médiatiques, le spectateur peut ne plus croire en des faits présentés comme « bruts », remettant en question la parole journalistique. L'objectif de la réalité virtuelle de tout montrer, de donner accès à l'entièreté d'une

situation, se confronte par ailleurs aux limites de la connaissance. La restitution du réel et son intelligibilité ne peuvent être que parcellaires. Nous comprenons la disparition du médium et la revendication de la transparence portés par les discours sur la réalité virtuelle comme l'expression d'une utopie de la communication, une utopie de la nouveauté qui voit dans la technologie un moyen de compenser l'incomplétude du réel. La participation du spectateur, placé au centre d'un espace virtuel, est soit dénoncée comme simulacre, soit présentée comme une possibilité d'intelligence collective.

Enfin, dans notre troisième partie, nous avons confronté ces réflexions théoriques à plusieurs productions en journalisme immersif et examiné différents types de discours d'accompagnement : étude économique du cabinet Deloitte, conférence donnée au CFPJ et textes promotionnels présentant l'utilité et les fonctionnalités d'applications de réalité virtuelle pour smartphones. Les exemples de reportages et dispositifs choisis renvoient à l'idée d'un journalisme citoyen, qui ne se satisfait pas de la restitution de la « souffrance à distance » mais tend vers un « horizon d'action ».

1. Historicité et caractéristiques des pratiques immersives dans le champ journalistique, artistique et ethnographique

Depuis 2014, le développement des productions en réalité virtuelle a donné lieu à une multitude d'applications dans différents domaines tels que la publicité, le jeu vidéo, l'art et le journalisme. Si les avancées techniques sont récentes, donnant lieu à de nouveaux dispositifs et formats d'écriture, la réflexion portant sur la réalité virtuelle et l'analyse des conséquences possibles qu'elle susciterait est bien antérieure. Dans leurs travaux, Gilles Deleuze¹, Roland Barthes² ou encore Philippe Quéau³ ont dessiné un cadre théorique d'appréhension du virtuel, mettant en tension un certain nombre de concepts clés tels que la ressemblance, la réalité, la fiction, l'orientation, la désorientation, la croyance, l'illusion, l'émotion, l'expérience. Ces apports scientifiques seront réinvestis dans notre deuxième partie.

Dans notre première partie, nous nous attellerons avant tout à réfléchir aux différentes significations attachées au « journalisme immersif », et à l'immersion plus généralement. Nous avons noté, dans les articles portant sur les réalisations journalistiques utilisant la réalité virtuelle et les images tournées en 360°, deux appellations qui qualifient ce mode de production : « journalisme immersif » et, plus rarement, « journalisme expérientiel ». Il nous est apparu important d'interroger la dénomination la plus couramment utilisée (nous reviendrons ultérieurement sur « journalisme expérientiel »), et ce pour plusieurs raisons. Le terme « immersif » est en effet accolé assez naturellement, intuitivement pour ainsi dire, aux productions qui font l'objet de notre étude. Nous tenterons de répondre, dans le premier développement de notre travail, à plusieurs questions : le journalisme immersif est-il un phénomène nouveau, comme le laissent entendre les différents commentaires écrits sur le sujet ? Que recouvre exactement l'immersion, du point de vue de l'émetteur et du récepteur ? Enfin, l'immersion est-elle circonscrite au domaine journalistique, ou est-ce également un objectif affiché dans d'autres champs, tels que l'art (cinéma, littérature, peinture, arts vivants), l'ethnologie ou la sociologie ?

Nous adopterons dans cette première partie une méthodologie croisée : une approche diachronique nous permettra d'aborder l'immersion journalistique avec le recul historique nécessaire, tandis que

¹ Parmi les références traitant du virtuel : Deleuze Gilles, *Le Bergsonisme*, PUF, 1966 ; *Différence et Répétition*, PUF, 1968 ; *Cinéma 1 - Image-Mouvement*, les Editions de Minuit, 1983 ; *Cinéma 2 - Image-Mouvement*, les Editions de Minuit, 1985.

² Barthes Roland, *Mythologies*, Editions du Seuil, 1957.

³ Parmi les références traitant du virtuel : Quéau Philippe, *Eloge de la simulation - De la vie des langages à la synthèse des images*, Editions Champ Vallon/INA 1986 ; *Le Virtuel - Vertus et Vertiges*, Editions Champ Vallon/INA 1993.

l'élargissement comparatiste nous sera utile pour dresser un panorama de l'immersion dans différents domaines d'application.

1.1. Historicité de l'immersion dans la pratique journalistique

Dans les articles parus ces trois dernières années sur le journalisme immersif, ressort essentiellement l'idée de nouveauté, voire de révolution, qu'apporterait cette nouvelle pratique.

Dans l'article intitulé « Nouveau journalisme : placer le spectateur au cœur des événements ? », de Cyril Fievet⁴, Chris Milk et Spike Jonze⁵ font part de leur perception du journalisme immersif. Pour le premier, « *la réalité virtuelle a le potentiel de fondamentalement transformer le journalisme.* » Pour le second, « *parmi les possibilités offertes par la réalité virtuelle, l'un des domaines les plus excitants est le documentaire et l'actualité.* » Dans son blog, Thomas Blachère pose la question : « *La réalité virtuelle va-t-elle révolutionner le journalisme ?* »⁶, et souligne l'intensité de l'expérience vécue par l'utilisateur : « *La première fois que vous revêtez un casque de réalité virtuelle et les écouteurs qui vont avec, préparez-vous à être surpris. C'est une plongée sensorielle qui vous coupera du reste du monde au point d'en perdre vos repères spatiaux et de ne plus vous en soucier. Une « expérience immersive » qui n'a pas volé son nom.* » Ailleurs, on mentionne un « *renouveau du journalisme* »⁷, une « *possible révolution* »⁸, « *la promesse d'attirer un nouveau public.* »⁹

Si les discours portant sur le journalisme immersif s'attardent volontiers sur les changements opérés par la réalité virtuelle et les images en 360°, l'objectif immersif en lui-même n'est pas ou peu questionné, et pourrait donc apparaître comme nouveau. Or, l'immersion (qualifiée ou non comme telle) fait partie des objectifs que se sont fixés les journalistes dès la fin du XIX^e siècle, notamment par l'expérience longue sur le terrain, par le travestissement et par un mode d'écriture spécifique.

a. L'immersion longue

On trouve dès les débuts du journalisme, fin XIX^e début XX^e siècle, une volonté des journalistes de pénétrer tel ou tel univers, voire de prendre la place de tel ou tel personnage, afin de « vivre » la situation dont le reportage est l'objet de l'intérieur, d'en retranscrire les spécificités avec le maximum de véracité, et de permettre aux lecteurs de pénétrer à leur tour ces univers pour vivre ces situations par procuration.

⁴ <https://www.bluewin.ch/fr/techno/2015/2/6/le-journalisme-a-l-heure-de-la-realite-virtuelle.html>

⁵ Réalisateurs ayant investi les nouvelles technologies de journalisme immersif avec « Millions March » sur le site *Vice News VR*.

⁶ <http://blog.citizenside.com/2015/06/la-realite-virtuelle-va-t-elle-revolutionner-le-journalisme/>

⁷ <http://www.goglasses.fr/oculus-rift/journalisme-immersif-avec-oculus-rift>

⁸ Article de Gaël Clouzard du 12/06/2015, revue *Influencia*.

⁹ <http://meta-media.fr/2015/09/02/journalisme-quelle-ethique-en-realite-virtuelle.html>

Florence Le Cam et Pierre Van den Dungen¹⁰ ont étudié les premières formes de journalisme d'investigation, qui passent par l'immersion dans un milieu donné et par le déguisement. Dans leur communication, les auteurs s'intéressent à la pratique journalistique de G. Freddy, journaliste belge qui se grimait pour vivre la vie des personnes dont il parlait dans ses reportages. Il a publié, entre 1902 et 1904, une quarantaine de reportages pour le journal *Le Petit Bleu*, dans lesquels il a retracé les expériences qu'il a vécues. Après s'être rendu au plus près des lieux et milieux analysés, il s'est mis dans la peau des personnes. Il a ainsi lui-même testé la vie d'un garçon de café, rémouleur, abatteur, mendiant, marchand de fleurs, de confettis, de fruits, de buis, etc. De la même manière, Gustave Lemaire, reporter pour *L'étoile belge*, s'est fait embaucher comme ambulancier pour couvrir la bataille de Sedan, en 1870. Autre exemple : la journaliste française Maryse Choisy qui s'est fait passer pour une prostituée dans le cadre de son reportage sur les maisons closes « Un mois chez les filles », paru sous forme de livre le 19 juin 1928.

L'immersion s'expérimente de deux façons : en passant du temps sur le terrain avec les acteurs impliqués, mais aussi en pénétrant un milieu grâce au travestissement. On trouve également de multiples exemples de techniques d'immersion dans le champ journalistique aux Etats-Unis (Upton Sinclair qui s'est fait embaucher aux abattoirs de Chicago fin XIX^e, Stephen Crane ou Jacob Riis qui se sont plongés dans les quartiers les plus miséreux de New York etc.)¹¹ L'époque des *Muckrackers*¹² voit se développer les *long reads* sous la plume de journalistes progressistes, dénonçant la corruption en politique, dans l'industrie, la finance et montrant du doigt les conditions de travail déplorables des plus pauvres. Les textes sont émaillés d'éléments factuels accentuant le côté réaliste de la description : marqueurs géographiques, temporels, chiffres, détails propres à l'univers dont il est question. Cette accumulation de détails fonctionne comme « effet de réel »¹³ visant l'objectivation du récit. Au final deux techniques émergent : l'investigation (collecte des informations) et la fréquentation prolongée d'un milieu¹⁴, qui combinées donnent les résultats les plus probants.

b. Long reads

Dans les années 1965-1970, certains journalistes américains se revendiquent d'un journalisme d'immersion « soft news », par opposition au « hard news » (actualité chaude). Proche de la nouvelle par son format, le « new journalism » et le « journalisme gonzo » proposent de longs rédactionnels,

¹⁰ Le Cam Florence et Van den Dungen Pierre, *Le journalisme « déguisé » des journalistes belges francophones (1870-1904)*.

¹¹ Neveu Erik, « *Immersion Journalism* » aux USA. *Quand le journalisme aide à comprendre le monde social*, p. 6.

¹² Journalistes publiant des rapports impliquant des politiciens ou industriels et soulevant des questions de société aux États-Unis, dans les années 1890 à 1930.

¹³ Barthes Roland, *L'effet de réel*. In : *Communications*, 11, 1968. *Recherches sémiologiques du vraisemblable*. pp. 84-89.

¹⁴ *Ibid.*, p. 7.

fruits d'immersions sur le terrain. Les récits mettent en scène la société contemporaine, à l'image du « The Electric-Kool-Aid Acid Test », texte de 1968 écrit par le porte-drapeau du *new journalism* : Tom Wolfe. Ce dernier a expérimenté les effets des psychotropes aux côtés des *Pranksters*, qui ont traversé les Etats-Unis en bus pour témoigner de ce qu'ils vivaient. Sur le même modèle, Hunter Thompson a fait le récit de son incursion qui dura plusieurs mois chez les Hell's Angels¹⁵ dans « Hell's Angels : The Strange and Terrible Saga of the Outlaw Motorcycle Gangs ».

Ce type d'approche revient dans les années 80. Le « new new journalism » intensifie la pratique de l'immersion. A titre d'exemple, Adrian Nicole Leblanc publie en 2004 « Random Family ». Durant dix ans, l'auteure a fréquenté une famille de Portoricains du Bronx, suivant les évolutions de leur vie personnelle, sociale, amoureuse,...¹⁶ La journaliste Florence Aubenas se situe dans la même veine avec la publication en 1999 de « Quai de Ouistreham ». Durant 6 mois, cette dernière a vécu la vie d'une femme de la quarantaine, sans formation ni expérience professionnelle. Installée à Caen où elle n'a pas d'attaches, elle s'est mise à la recherche d'un emploi. Elle a alors enchaîné les boulots dévalorisés, précaires, à temps partiel, démontrant d'inanité de notre système socio-économique.

c. L'immersion dans le banal, le quotidien

L'immersion est utilisée dans les autres médias : radio, télévision, internet. En 1985 est née l'émission de télévision franco-belge « Strip-tease », diffusée sur RTBF1 puis sur France 3 de 1992 à 2012. Pour ses créateurs, l'objectif est de traiter des sujets « *pris dans les faits de société* »¹⁷. Dépourvu de commentaires, chaque numéro laisse parler les protagonistes, de sorte que le spectateur ait un lien plus direct avec ce qu'il voit, et puisse se reconnaître dans son intimité quotidienne. La télé-réalité, dont l'emblème français est *Loft Story*, immerge le spectateur dans la vie scénarisée de candidats dont l'intimité est dévoilée. Fictionnelle et ludique, la télé-réalité se veut à la fois le reflet de la réalité et l'agent de transformation de la réalité, par le biais notamment du vote des téléspectateurs, qui influe sur le cours de l'émission et peut transformer l'existence des participants (qui gagnent un prix, ont l'opportunité de produire un album, rencontrent l'âme sœur, etc.) L'extrême banalisation des personnages les ancre dans le quotidien, tandis que les moments de tension ménagés par les auteurs font ressortir leur singularité, maintenant l'attention du spectateur. L'ancrage dans le réel entraîne l'identification du spectateur, qui se reconnaît dans tel ou tel aspect de la situation décrite, mais les ressorts sont bien ceux de la fiction.

¹⁵ Le Hells Angels Motorcycle Club (littéralement « Club de moto des anges des enfers ») est un club de motards, considéré comme faisant partie du crime organisé. Il est nécessaire de posséder une moto Harley-Davidson pour en faire partie. Ils sont présents dans 27 pays et sur les 5 continents.

¹⁶ *Ibid.*, p. 9.

¹⁷ Benassi Stéphane, Strip-tease : quand le documentaire refuse de devenir reportage », CinémAction, n°84n 1997, p. 140 à 148.

d. Le recours aux longs formats dans les médias actuels

Au fond la valorisation du terrain, de l'expérience personnelle des faits, qui va de pair avec la rédaction de long formats, qu'il s'agisse de presse écrite ou de médias audiovisuels, n'a cessé d'être revendiquée au fil des évolutions technologiques et stylistiques. L'accélération du rythme qu'a entraînée l'arrivée d'internet, dont les tweets ou le développement des chaînes d'information constituent des illustrations, a fait émerger un mouvement se réclamant du « slow journalism ». On assiste à partir de 2010 à l'éclosion de « slow media » en presse écrite, qui mettent en avant la qualité et le sérieux des analyses produites grâce à des enquêtes au long cours. La revue *XXI* a explicité cette démarche dans son « Manifeste pour un autre journalisme » (janvier 2013). Le temps long, l'immersion dans l'univers décrit caractérisent également le magazine de photoreportage *6 mois*, lancé par la même équipe, ou encore *Uzbek & Rica*. Les possibilités offertes par internet (interactivité, proposition d'une multitude d'images, de compléments vidéos) sont exploitées au profit de *long reads* avec *Explore*, « le grand format version web » de *l'Equipe*, *Ulyces*, « maison d'édition numérique consacrée au journalisme narratif », ou encore *Buzzreads*, version *longreads news* de *Buzzfeed*. Certains sites éditent des versions papier de leurs meilleurs articles long format, comme *The long format read*, hebdomadaire publié par *The Guardian*. Côté pure players, le site *vice.com* se définit comme « plateforme de journalisme d'investigation rassemblant enquêtes, immersions, points de vue inédits. » La démarche d'immersion se fait sur le même modèle qu'il y a un siècle, comme dans cet article : « J'ai travaillé undercover chez Amazon pour Noël »¹⁸. L'auteur, Mickaël Segalov, se fait embaucher chez le géant de la vente en ligne, connu pour ses conditions de travail désastreuses et ses incartades au droit du travail. Il démontre dans son article qu'aucun effort n'a été fait par l'entreprise, en dépit des articles et rapports accablants parus sur le sujet depuis 2013. Autre exemple : sur le site *focus.levif.be*, Serge Coosemans teste « les drogues numériques ». Dans son article, intitulé « Par amour de la science et au service du journalisme immersif, je me suis drogué ! »¹⁹, il décrit les effets produits par l'écoute de fichiers sonores MP3 ou de vidéos sur Youtube censées « hacker » l'activité cérébrale. Certains sons provoqueraient les mêmes effets que la consommation de cocaïne, de marijuana, ou bien permettraient de se dégager les sinus... effets que ne corrobore pas le récit du blogueur. On est bien là dans un réinvestissement de l'approche ultra-subjective développée par le journalisme Gonzo dans les années 70.

e. Les web-documentaires participatifs

Les web-documentaires nous apparaissent comme un genre intermédiaire entre reportage audiovisuel et dispositif immersif en 360° ou en réalité virtuelle. Samuel Gantier et Laure Bolka se sont penchés

¹⁸ Segalov Michael, « J'ai travaillé undercover chez Amazon pour Noël », 24 décembre 2015, *vice.com* : <http://www.vice.com/fr/read/inside-amazon-at-christmas-929>

¹⁹ <http://focus.levif.be/culture/musique/par-amour-de-la-science-et-au-service-du-journalisme-immersif-je-me-suis-drogué/article-blog-350391.html>

sur leurs caractéristiques dans « L'expérience immersive du web documentaire : études de cas et pistes de réflexion »²⁰ : la narration à choix multiple, la recherche du maintien de l'attention de l'internaute, la place importante laissée à l'expression de l'imaginaire de ce dernier, la figure du journaliste-reporter en situation périlleuse, la posture interne/externe (à l'intérieur de l'histoire puis à l'extérieur lorsqu'il faut cliquer pour progresser dans le récit), la spatialisation des informations, la linéarité du discours, l'ancrage dans le réel grâce aux vidéos floues, pixellisées. Le roadmovie participatif « Prison Valley », réalisé par David Dufresne & Philippe Brault propose ainsi à l'internaute de regarder le film de façon linéaire, ou bien de s'arrêter en chemin pour visionner les portfolios sonores, les bonus, consulter le forum. Cette volonté d'intégrer l'internaute à l'histoire est encore plus patente avec « Fort McMoney ». Dans ce format entre reportage et jeu vidéo consacré à l'exploitation des sables bitumineux dans la ville de Fort McMurray au Canada, David Dufresne intègre pleinement les choix des internautes, qui ont la possibilité d'explorer la ville, de rencontrer ses habitants, de participer à un référendum dont le résultat influe sur Fort McMoney, double virtuel de Fort McMurray. L'immersion n'est donc pas un objectif nouveau du journalisme, il s'agit même d'un principe d'intentionnalité du métier. Et nous retrouvons finalement, au gré des transformations formelles des productions journalistiques, la même volonté de faire participer le récepteur, et de lui faire ressentir ce qu'a ressenti le journaliste ou le sujet du reportage. Les techniques changent au fil du temps, mais l'objectif demeure le même.

Le journalisme immersif répond à une attente du public pour une information plus concrète, se focalisant sur la vie de « *personnes ordinaires* ». « *Il joue volontiers de citations évocatrices, de la scénarisation de tranches de vies observées de façon prolongée et intense. Il fonctionne enfin sur une inversion des modes de couverture ordinaire de l'actualité en basculant du monde des décideurs et de l'analyse des processus de décision vers l'évocation de l'impact des choix et politiques publics sur le quotidien. [...] Il combine l'emprunt à des techniques d'enquête des sciences sociales (ethnographie, recherche documentaire), de très longues présences au sein des groupes ou institutions observés, et une grande attention à la construction de récits attractifs. La démarche permet à la fois une sensibilité sans pareille à l'expérience et aux subjectivités d'une grande variété de personnes, une vision de l'intérieur de l'expérience d'une foule de problèmes sociaux et un plaisir de lecture souvent identifiable à un bon roman.* »²¹ Le journalisme immersif se veut donc à la fois plus attractif et plus subjectif, double objectif que l'on retrouve dans la dernière mouture du journalisme immersif produit en réalité virtuelle. Comme le souligne Erik Neveu, l'effet produit est le résultat d'une écriture particulière, tout à fait comparable à

²⁰ Gantier Samuel et Bolka Laure, « L'expérience immersive du web documentaire : études de cas et pistes de réflexion », *Les Cahiers du Journalisme*, N°22/23, Automne 2011. Etude de 3 cas : « Voyage au bout du charbon », « L'obésité est-elle une fatalité ? » et « Le Challenge : le procès du pétrole en Amazonie ».

²¹ Neveu Erik, *Sociologie du journalisme*, 4ème édition, 2013, pages 106-107

ce que l'on peut observer en littérature. Journalistes et écrivains puisent en effet aux mêmes sources pour générer « l'effet de réel » par lequel le lecteur se laisse prendre dans l'illusion fictionnelle, qu'il s'agisse d'un cadre informatif ou romanesque.

1.2. L'immersion au cœur du processus littéraire et journalistique

Bien qu'*a priori* intrinsèquement opposées, car réciproquement associées à l'imaginaire par opposition au réel, fiction et non-fiction s'actualisent pourtant dans un même processus immersif. Par leurs objectifs, pratiques et approches stylistiques, journalistes et écrivains tendent vers un même but : créer un univers en lequel le lecteur puisse croire, et dont il pourra se faire une représentation mentale.

a. Ecriture et expérience de terrain

Du point de vue du journaliste, la qualité de la représentation est indissociable de l'expérience de terrain. Sa connaissance des événements et sa capacité à les retranscrire sont les composantes d'une « *esthétique de la chose vue.* »²² Jules Vallès, journaliste, écrivain et homme politique français fondateur du *Cri du Peuple*, exprime cette vision du métier : « *Je n'aurai pour émouvoir qu'à bien regarder et à tout dire.* »²³ On perçoit déjà, dans cette citation, les trois paramètres de la « saisie du réel » par le reporter : le récit résulte de l'observation sensorielle, de l'émotion du rédacteur, qui engendre l'émotion du lecteur, puis son immersion dans la scène décrite. La fin du XIX^e siècle témoigne d'une recherche d'identification qui permette au lectorat de se reconnaître dans les articles des quotidiens. « *L'émotion et l'empathie du reporter face à certaines situations difficiles, la convocation d'un sensualisme également, contribuent à remettre la figure du journaliste au centre du dispositif informatif.* »²⁴ Ainsi le journaliste se met en scène, dans des situations périlleuses ou à travers des voyages dans de lointaines contrées, pour mieux happer l'attention du lecteur, lui donnant l'impression de voir l'envers du décor, d'accéder à une réalité tue, ou même cachée : « *Le fait divers annoncé la veille, le désastre ou le crime ; je vais, le lendemain, à travers les tristesses, les cendres, ramasser les détails poignants : je passe du théâtre dans la coulisse, de la scène publique à la maison privée. [...] J'irai, moi, sur les lieux mêmes et je suivrai les traces de l'accident ou du malheur, écoutant pour vous les rejeter, les cris de désespoir ou de regret, recueillant les paroles touchantes, les larmes amères.* »²⁵ L'approche d'un Jules Vallès ne diffère pas de celles d'écrivains naturalistes tels que Jules Verne ou Emile Zola, qui utilisent les mêmes ressorts stylistiques : description, hypotypose, « je » observant,

²² Pinson Guillaume et Marie-Eve Thérénty, *Introduction à L'invention du reportage*, Autour de Vallès, Revue de lectures et d'études vallésiennes, n° 40, 2010, p. 5.

²³ Jules Vallès, *L'Événement*, 13 novembre 1865, cité par Pinson Guillaume et Marie-Eve Thérénty dans *L'invention du reportage*.

²⁴ *Ibid.*, p.6.

²⁵ Vallès Jules, « La rue », dans *L'Événement*, 13 novembre 1865, in Pinson Guillaume et Marie-Eve Thérénty, *Introduction à L'invention du reportage*.

dramatisation²⁶. Pour Jules Vallès, la distinction ne réside pas tant dans les modalités d'écriture que dans les opportunités qu'offre le journal par rapport au livre : « *C'est en parlant de l'écrivain et de l'artiste que Vallès définit le parfait journaliste, capable à la fois de réagir à l'émergence contrastée des faits, et de les maîtriser par l'acte de création. En la matière, la supériorité du journal sur le livre tient non à la spécificité de son ambition informationnelle, mais aux possibilités immenses et inédites qu'ouvre sa périodicité et sa polyphonie : la presse, interface entre l'écrit et le monde, révèle et accomplit la vocation actualiste de l'écrivain.* »²⁷ Pour autant, écrivains et journalistes ont pu récuser cette analogie entre leurs deux champs d'expression. Emile Zola désapprouve, dans une lettre à Gustave Bourdin (1866) la conception fragmentaire de l'actualité : « *Je sais que les chroniques sont à la mode, et que le public aujourd'hui veut de courts entrefilets, aimant les tâches mâchées et servies dans de petits plats.* »²⁸

b. Réalisme de la représentation

Quoi qu'il en soit, il se dégage du rapprochement entre journalisme et littérature une poétique de la représentation, se rapportant dans un cas à la conquête du réel, et dans l'autre à la conquête d'un monde imaginaire (même s'il peut par ailleurs se fonder pour partie sur le réel) par le héros du roman. Si les figures du reporter et du héros romanesques répondent toutes deux à un processus de mythification, la « traduction » du réel à l'œuvre a pour objet l'intelligibilité du social.²⁹ Pour parvenir à cette fin, romanciers comme journalistes s'appuient sur un travail d'enquête, collectent les documents qui constituent le point de départ à la fictionnalisation de l'information, expérimentent eux-mêmes les situations exploitées dans le roman. Pour la préparation de *La Bête Humaine*, Emile Zola fait le voyage Paris-Mantes aux côtés du chauffeur d'une locomotive.³⁰ Honoré de Balzac se rend sur les lieux et recueille les témoignages qui lui serviront de matériau pour la rédaction des « Chouans ou la Bretagne de 1799 ». La méthode documentaire apparaît ainsi comme le gage de l'authenticité. Pour les Goncourt, cette entreprise explicative fait du romancier un « *historien du présent* ». ³¹ Les romanciers naturalistes vont également chercher leurs sources dans les journaux, alors en plein essor.

Pour Norman Friedman, « la fin première de la fiction est de produire l'illusion complète de réalité. »³² L'effet de réel réside dans le dépassement de la simple retranscription factuelle : « *Faire vrai*

²⁶ *Ibid*, p. 13.

²⁷ Saminadayar-Perrin Corinne, article « Poétique de l'information sous le second empire », in *Vallès et le sens du réel*, Revue de lectures et d'études valésiennes, 2008, n° 38, p. 25.

²⁸ Costa Colajanni Giuliana, article « Ecrire le réel : le fait divers et la chronique populaire selon Vallès », *Ibid*, p. 47.

²⁹ Saminadayar-Perrin Corinne, *Ibid.*, p. 6.

³⁰ Becker Colette, *Lire le réalisme et le naturalisme*, Lettres Sup., Armand Colin, 2000, p. 65

³¹ *Ibid*, p. 64.

³² Friedman Norman, *Point of view in Fiction : the Development of Critical Concept*, PMLA, n° 70, 1955, in Becker Colette, *Lire le réalisme et le naturalisme*.

consiste donc à donner l'illusion complète du vrai selon la logique ordinaire des faits et non à les retranscrire servilement dans le pêle-mêle de leur succession. [...] Les réalistes de talent devraient s'appeler plutôt Illusionnistes. »³³ Ainsi le recours à la subjectivité de l'auteur est incontournable : « Je me permets une comparaison un peu risquée : toute œuvre d'art est une fenêtre ouverte sur la création ; il y a, enchâssé dans l'embrasement de la fenêtre, une sorte d'Écran transparent, à travers lequel on aperçoit les objets plus ou moins déformés [...]. Ces changements tiennent à la nature de l'Écran. On n'a plus la création exacte et réelle, mais la création modifiée par le milieu où passe l'image. »³⁴ Si elle ne va pas de soi, la convocation de la subjectivité de l'auteur est justement ce qui permet la retranscription la plus fidèle de la réalité, la vision surplombante d'une situation. La subjectivité fait même partie intégrante de l'enquête. La mémoire intellectuelle, sensorielle, la somme des expériences vécues sont transposées par l'écrivain, qui parvient de cette manière à susciter l'émotion : « Il ne s'agit pas de dire ce que l'on sent, mais de sentir ce que l'on veut dire. »³⁵

La longueur des descriptions, la multiplication des détails (qui peuvent être ancrés dans la réalité, comme des noms de personnes ou de lieux, des faits empruntés à l'actualité, des événements historiques), la délégation du pouvoir du narrateur omniscient aux personnages et l'occultation de tout marqueur explicite du travail d'écriture constituent les composantes du récit réaliste. L'ancrage dans le détail concret, la réalité tangible, apparaît comme un moyen de s'élever pour faire du récit le symbole d'une vérité englobante. Ce processus de mythification textuelle est ce qui rend possible l'appréhension juste de la réalité : « Mythe et réalité se confondent [...], la réalité est vue à travers le mythe et le mythe est revivifié par la réalité dans des pages qui transcendent l'analyse d'une situation sociale particulière. L'écriture mythique devient un moyen de rendre compte de la complexité du monde dont la reproduction et la compréhension exacte sont impossibles. »³⁶

Travail journalistique et travail romanesque se fondent donc sur l'illusion du réel pour mieux le capter, rendant caduque l'opposition entre factuel/vérité et perception/subjectivité. L'insertion de témoignages dans les articles de presse, si elle répond à une exigence d'authenticité de la restitution, n'est qu'un élément parmi d'autres de cette esthétique de la représentation fondée sur l'effet de réel. La liberté d'analyse du lecteur joue le rôle de filtre critique, scrutant le texte pour en soupeser la véracité.

c. L'immersion comme abandon

Journaliste et écrivain, Tom Wolfe a mis en exergue, tout au long de sa carrière, cette finalité ultime qu'est l'immersion : « One's memory is apparently made up of millions of [sets of images], which work together on the Identikit principle. The most gifted writers are those who manipulate the memory sets

³³ Maupassant Guy de, Etude sur le roman en tête de *Pierre et Jean*, Becker Colette, p. 24.

³⁴ Zola Emile, *Lettre à Antony Valabrègue*, 18 août 1864, in Becker Colette, p. 87.

³⁵ Gothot-Mersch Claudine, *Préface de Madame Bovary*, Classiques Garnier, 1971, in Becker Colette, p. 97.

³⁶ *Ibid.*, p. 68.

of the reader in such a rich fashion that they create within the mind of the reader an entire world that resonates with the reader's own real emotions. The events are merely taking place on the page, in print, but the emotions are real. Hence the unique feeling when one is "absorbed" in a certain book, "lost" in it. »³⁷ Écrivains et journalistes ont donc une conscience aiguë du dispositif textuel à mettre en place pour parvenir à l'effet immersif recherché. On trouve également dans les deux domaines des appels au lecteur à se préparer à plonger dans l'histoire qui va leur être racontée : « *You shall see them, reader. Step into this neat garden-house on the skirts of Whinbury, walk forward in the little parlour – they are there at dinner... You and I will join the party, see what to be seen, and hear what to be heard.* »³⁸ Tout comme chez Jules Vallès, l'auteure entend associer son lecteur à ses propres observations et sensations, lui faire voir, entendre, ressentir à travers le texte. John Conrad ne dit pas autre chose : « *My task which I am trying to achieve is, by the power of the written world, to make you hear, to make you feel - it is, before all, to make you see.* »³⁹ Ainsi le lecteur est invité à abandonner, le temps de la lecture, son univers d'appartenance pour accepter la proposition d'un autre univers.

d. L'immersion dans les écrits fictionnels et non-fictionnels

Mais ce processus est-il en tous points comparable entre fiction et non-fiction ? Nous serions tentés de croire que l'univers de référence reste davantage prégnant dans le cas du journalisme. Car, si comme nous l'avons vu l'idée d'immersion est un socle commun au journalisme et à la littérature, dans un cas le texte se présente comme la copie du réel et dans l'autre comme un monde imaginaire. Dès lors, l'appréhension du lecteur n'est-elle pas divergente ? Pour Marie-Laure Ryan, le lecteur se projette dans les deux cas dans un autre univers, qu'il se représente à partir de ce qui fait sa singularité : imagination, souvenirs, présupposés... Mais c'est la relecture qu'il fera du texte *a posteriori* qui diffère : « *The difference between fiction and nonfiction is not a matter of displaying the image of a world versus displaying this world itself, since both project a world image, but a matter of the function ascribed to the image : in one case, contemplating the textual world is an end in itself, while in the other, the textual world must be evaluated in terms of its accuracy with the respect to an external reference world known to the reader through other channels of information.* »⁴⁰

Ainsi l'appréhension du texte fictionnel se fait en un temps, le lecteur prenant d'emblée le récit comme détaché de la réalité, tandis que la lecture du texte non-fictionnel se fait en deux temps.

³⁷ Wolfe Tom, *The New Journalism*, Ed. Tom Wolfe and E. W. Johnson, New York : Harper & Row, 1973, 1-52, cité par Ryan Marie-Laure in *Narrative as Virtual Reality*, The Johns Hopkins University Press, 2001, p. 89.

³⁸ Brontë Charlotte, *Shirley*, Oxford : Clarendon, 1979, p. 9, in Ryan Marie-Laure in *Narrative as Virtual Reality*, p. 89.

³⁹ Conrad John, Préface à *Nigger of the Narcissus*, London : Dent, 1974, xxvi, in Ryan Marie-Laure in *Narrative as Virtual Reality*, p. 90.

⁴⁰ Ryan Marie-Laure in *Narrative as Virtual Reality*, p. 92.

Le lecteur accepte d'abord d'entrer dans le récit, puis prend une distance critique qui lui permet de l'évaluer. Cette évaluation est au fond le socle de toute constitution d'un savoir : « *Pas de malentendu : il est bien entendu que depuis qu'une discipline existe, on s'est servi de documents, on les a interrogés, on s'est interrogés sur eux ; on leur a demandé non seulement ce qu'ils voulaient dire, mais s'ils disaient bien la vérité, et à quel titre ils pouvaient le prétendre, s'ils étaient sincères ou falsificateurs, authentiques ou altérés.* »⁴¹

1.3. L'immersion picturale

L'immersion, qui passe par la création d'émotions, de sensations, est une volonté affirmée par les écrivains et les journalistes. On dit souvent d'un texte qu'il « dépeint » une scène, une situation. La métaphore picturale associe texte et image, le lecteur plongeant dans le récit par le biais d'une représentation intériorisée de l'histoire. L'immersion dans l'œuvre écrite existe-t-elle également en peinture, et se manifeste-t-elle de manière similaire ?

a. Une esthétique de la sensation

On retrouve en peinture l'idée de toucher le spectateur, de provoquer chez lui une extase esthétique voire existentielle, nous ramenant à la signification étymologique de l'esthétique comme « *science de la sensation* ». Kandinsky, dans « *Du Spirituel dans l'art, et dans la peinture en particulier* », fait sienne cette citation de Schumann : « *Projeter la lumière dans les profondeurs du cœur humain, telle est la vocation de l'artiste.* »⁴² Dans cet essai, Kandinsky livre une théorie des couleurs et des formes de nature à provoquer « *chez le spectateur qui en est capable, des émotions plus délicates qui ne peuvent s'exprimer par nos mots.* »⁴³ A chaque couleur correspond une impression qui mobilise les cinq sens. La vue, l'ouïe, l'odorat, le toucher et le goût sont sollicités. Kandinsky parle de « *parfum des couleurs* », d'« *audition des couleurs* »⁴⁴, et compare le spectateur du tableau à un gastronome : « *L'œil lui-même est charmé par la beauté et par d'autres propriétés de la couleur. Le spectateur ressent une impression d'apaisement, de joie, comme un gastronome qui mange une friandise. Ou bien l'œil est excité comme le palais par un mets épicé. Il peut également être calmé ou rafraîchi comme le doigt qui touche de la glace.* »⁴⁵

Nombre d'auteurs se sont intéressés à cet aspect multisensoriel de la peinture : « *comme une peinture de Van Gogh, - sortie au jour, remise à même la vue, l'ouïe, le tact, l'arôme, sur les murs d'une*

⁴¹ Foucault Michel, *L'Archéologie du savoir*, Tel Gallimard, 1969, p. 14.

⁴² Kandinsky, *Du Spirituel dans l'art, et dans la peinture en particulier*, Folio Essais, 1954, p. 56.

⁴³ *Ibid.*, p. 53.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 110.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 105.

exposition [...]. »⁴⁶ Antonin Artaud souligne, dans « Van Gogh le suicidé de la société », l'impuissance du langage à décrire l'émotion picturale ressentie devant un tableau de Van Gogh : « *Décrire un tableau de Van Gogh, à quoi bon !* »⁴⁷ Il s'y essaie pourtant, magistralement : « *Je ne décrirai pas un tableau de Van Gogh après Van Gogh, mais je dirai que Van Gogh est peintre puisqu'il a recollecté la nature, qu'il l'a comme retranspirée et fait suer, qu'il a fait gicler en faisceaux sur ses toiles, en gerbes comme monumentales de couleurs, le séculaire concassement d'éléments, l'épouvantable pression élémentaire d'apostrophes, de stries, de virgules, de barres dont on ne peut plus croire après lui que les aspects naturels ne soient faits.* »⁴⁸ On perçoit ici le processus immersif que déclenche la contemplation du tableau sur le spectateur, grâce à la manière dont l'émotion jaillit, tirant sa spécificité de l'immédiateté figurale de la représentation. La sensibilité de l'artiste, tout comme nous l'avons vu en littérature, s'exprime à travers l'œuvre et se répercute sur le récepteur, qui se trouve détaché de la réalité et plongé dans une forme de surréalité, plus vraie, plus intense et radicalement autre : « *L'imagination, dans ses vives actions, nous détache à la fois du passé et de la réalité* »⁴⁹. Ce dépassement de la réalité passe par le travail sur la forme : « *Pour appréhender le réel, le tenir à distance afin qu'il ne retombe pas dans le chaos, l'artiste s'avance toujours masqué et armé de miroirs correctifs.* »⁵⁰

b. Technique de l'immersion picturale

L'immersion picturale s'appuie en effet sur une maîtrise technique avec l'arrivée des règles de la perspective dès la Pré-renaissance italienne au XIII^e siècle, l'invention du trompe l'œil dont l'un des exemples les plus édifiants est sans doute le plafond de la chapelle Sixtine peint par Michel-Ange, ou encore l'utilisation de la *camera obscura*⁵¹ au XVI^e siècle. Marie-Laure Ryan fait la distinction, dans « Narrative as Virtual Reality », entre peinture médiévale et peinture de la Renaissance, avec le passage d'une représentation en deux dimensions à une représentation en trois dimensions : « *In pre-Renaissance times painting was more a symbolic representation of the spiritual essence of things than an attempt to convey the illusion of their presence. [...] All this changed when the discovery of the laws of perspective allowed the projection of a three-dimensional space onto a two-dimensional surface. This projection opens up a depth that assigns spatial coordinates – the center of projection, or physical point of view – to the body of the spectator.* »⁵² On trouve toutefois des traces du travail sur l'illusion

⁴⁶ Artaud Antonin, *Van Gogh le suicidé de la société*, 1947, in *Artaud Œuvres*, Quarto Gallimard, 2004, p. 1444.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 1451.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 1453.

⁴⁹ Bachelard Gaston, *La poétique de l'espace*, PUF Quadrige, 1957, p. 16.

⁵⁰ Ribon Michel, *L'art, miroir de vies et créateur de mondes*, L'Harmattan, 2010, p. 15.

⁵¹ Chambre noire : dispositif technique permettant d'obtenir une projection de la lumière sur une surface plane, c'est-à-dire d'obtenir une vue en deux dimensions très proche de la vision humaine.

⁵² *Ibid.*, pages 2 et 3

représentative bien avant le XIII^e siècle, comme en témoigne l'anecdote de Zeuxis et Parrhasios (V^e siècle avant JC) : « *Tous deux étaient peintres à Athènes, et Zeuxis s'était rendu fameux pour avoir peint, dit-on, des grains de raisins si bien imités que les oiseaux venaient les picorer. Parrhasios paria alors qu'il tromperait son rival. [Il lui] montra diverses peintures, jusqu'à ce que, soudain, Zeuxis aperçût, dans un coin de l'atelier, un tableau recouvert d'un tissu, posé debout le long du mur. [...] Il alla pour soulever le tissu et s'aperçut alors que tout cela n'était que trompe-l'œil, et que tableau et tissu étaient peints à même le mur.* »⁵³ Selon Alain Satié⁵⁴, la représentation tridimensionnelle naît avec Giotto di Bondone (1266-1337), qui parvient dans ses fresques à mettre en relief ses personnages. Le mouvement florentin du *Quattrocento* (Fra Angelico, Masaccio) au XV^e siècle met en pratique la science de la perspective, élaborant un nouvel art fondé sur l'étude de la géométrie et l'équilibre des proportions. Considéré comme l'un des plus grands artistes de l'art flamand du XV^e siècle, Jan Van Eyck « *révéla l'omniprésence de la lumière sur les objets opaques, ainsi que l'étude des reflets provoqués par incidence lumineuse sur des miroirs convexes ou des métaux polis.* »⁵⁵ Dans son « *Traité de la peinture* », Léonard de Vinci (1452-1519) note qu' « *il faut peindre les objets proches en couleurs plus saturées, avec des contours plus nets, une texture plus grosse, [et les objets lointains] plus haut dans la toile, plus petits, plus pâles, plus fins de texture [...].* »⁵⁶ Ainsi la maîtrise picturale de la perspective et de la lumière permettent de retrouver le réel sur la toile, rendant possible l'impression immersive du spectateur. La Renaissance italienne, au XVI^e siècle, crée une véritable révolution grâce à l'effet de lumière dirigée et à l'exploitation du clair-obscur. Plus proches de nous, William Turner (1775-1851) puis les impressionnistes travailleront les nuances des reflets par touches chromatiques subtiles. « *Le principe de la lumière se révèle dans le tableau comme le principe même de son expression.* »⁵⁷ Johann Wolfgang von Goethe formule l'idée de subjectivité participante dans sa *Théorie des couleurs* : l'œil et l'esprit sont à l'unisson de la couleur grâce à la perception du spectateur. A cette conception constructive et émotive de la couleur de la peinture figurative s'oppose l'abstraction picturale qui lui succède : « *Il est clair que Picasso entend exclure de son art tout élément d'ordre sentimental pour atteindre ce qu'il appelle l'objectivité. [Il] libère ses figures de l'histoire particulière à chacune d'elles, de tous les accidents susceptibles de l'avoir affectée, de tout ce qui n'est que provisoire pour mieux affirmer le caractère général de l'être humain et, par là, lui épargner de réagir sentimentalement.* »⁵⁸ L'appréhension du sensible fondé sur le sensoriel, le symbolique, est ainsi délaissée au profit de l'intellect, remettant *a priori* en cause le principe de l'immersion.

⁵³ Aumont Jacques, *L'image*, Armand Colin Cinéma, 2^e édition, 2005, p. 71.

⁵⁴ Satié Alain, *Perception de l'esthétique de la lumière dans la peinture contemporaine*, Collection Culture, Editions Niala, 2005, p. 11-12.

⁵⁵ *Ibid.*, p. 13.

⁵⁶ Aumont Jacques, p. 44.

⁵⁷ Satié Alain, p. 20.

⁵⁸ Ribon Michel, *L'art, miroir de vies et créateur de mondes*, L'Harmattan, 2010, p. 79.

c. L'immersion comme quête existentielle

L'évacuation du sensible n'est-elle pas pourtant le moyen de toucher une dimension plus existentielle de l'homme ? Nous aurions alors affaire à une approche picturale d'ordre philosophique ou intellectuel : « *Il n'est pas impossible que Duchamp ait souhaité renouveler par là notre perception des choses les plus banales ou les plus vulgaires pour la faire passer de son état prosaïque à un état esthétique, rejoignant ainsi l'une des dimensions fondamentales de l'Art dans son histoire.* »⁵⁹ La disparition du sujet, l'épuration des couleurs, le renoncement à la représentation du réel qui caractérisent le passage du figuratif au non-figuratif n'exclut pas l'attention portée à la matérialité de l'œuvre : « *Dans l'art abstrait, le monde extérieur reste discrètement présent, non seulement en creux comme l'indication d'une absence, mais aussi dans la texture du support matériel de l'œuvre, dans ses pâtes colorées, dans les gestes de l'artiste qui les étire et les égale.* »⁶⁰ Sous l'affirmation de la désacralisation de l'art, le choix de la présentation en lieu et place de la représentation se lirait en creux la recherche de l'Un en réponse à l'incomplétude humaine : « *Créer, c'est dénouer une angoisse.* »⁶¹ La recherche puriste de l'essence de l'art ne serait-elle pas alors une recherche ontologique, visant à faire apparaître la présence au cœur de l'absence, et renouant ainsi avec la vision panthéiste de l'art entendue comme tentative de dépassement de la condition limitée de l'homme ? Ne peut-on pas entendre cette démarche d'abstraction formelle comme une volonté immersive d'ordre intellectuel ou mental, qui serait le pendant de l'immersion sensible pratiquée par les peintres figuratifs ?

d. L'immersion comme illusion

La représentation picturale, et l'image plus généralement – nous le développerons ultérieurement – s'adressent à la fois à la dimension sensible et existentielle du spectateur. A ce double objectif s'ajoute la fonction d'intelligibilité du social. Le tableau signifie, décrypte le réel, tout en s'appuyant sur l'illusion représentative et donc sur la croyance du spectateur. Pour Oscar Wilde, le mensonge de l'art est « *la forme la plus pure et légitime du mensonge.* »⁶² Une représentation absolument réaliste ne saurait rendre la réalité : « *Pour être sauvée, la vie n'a pas à être reflétée par l'art, mais elle doit s'illuminer du miroir qu'il faut tendre à l'art [...]. Les seuls personnages vrais sont ceux qui n'ont pas existé.* »⁶³ Plus que la vue, qui procure la première impression, c'est le regard du spectateur qui relit l'œuvre. « *Le regard est ce qui définit l'intentionnalité et la finalité de la vision.* »⁶⁴ Pour Ernst Gombrich⁶⁵, il n'y a pas

⁵⁹ *Ibid.*, p. 78.

⁶⁰ Ribon Michel, p. 106.

⁶¹ Bachelard Gaston, cité par Ribon Michel, p. 44.

⁶² Wilde Oscar, *Intentions*, Stock, 1977, in Ribon Michel, *L'art, miroir de vies et créateur de mondes*, L'Harmattan, 2010, p. 22.

⁶³ *Ibid.*, p.23.

⁶⁴ Aumont Jacques, *L'image*, p. 40.

⁶⁵ Gombrich Ernst, *L'Art et l'illusion*, 1956.

de regard innocent. « *Outre la capacité perceptive, [entrent en ligne de compte] le savoir, les affects, les croyances, eux-mêmes largement mobilisés par l'appartenance à une région de l'histoire (à une classe sociale, à une époque, à une culture).* »⁶⁶ L'intentionnalité de l'artiste est mise à l'épreuve du spectateur, qui a des attentes et formule des hypothèses de lecture en fonction du contexte qui lui est propre. Une œuvre du XIII^e ne peut se lire à l'aune de nos présupposés, de nos codes contemporains. Les facteurs sociologiques, historiques, personnels, influent sur la compréhension et l'interprétation du spectateur.

Cette ambivalence par rapport au tableau se manifeste plus tard à l'égard de la lithographie, de la gravure et de la photographie, tantôt plébiscitée tantôt décriée dans l'utilisation qui en est faite par les journaux. « *Par son processus technique, la photographie produirait des représentations d'une réalité incontestable, des sources authentiques, des " documents de première main ", qui bouleversent l'appréhension de l'information.* »⁶⁷ L'utilisation de la photographie est renvoyée à ses limites : doute quant à sa véracité et à sa capacité à reproduire le réel, accusation de sensationnalisme qui irait à l'encontre de l'information et dessein possiblement manipulateur vis-à-vis des populations les moins à même de décrypter ce qui leur est présenté. « *Une image est pour eux [les gens de peu d'éducation] de la parole condensée ; ils ont un instant merveilleux pour découvrir dans le détail le plus indifférent en apparence, dans le trait du dessin le plus incertain, une pensée bien nette, un sentiment bien prononcé ; ils dissèquent, en un mot, toutes les formes qui ont frappé leur regard, et en retirent, pour leur éducation intellectuelle et morale, le même profit que d'autres pourraient obtenir en distillant les sucs nourriciers d'une lecture instructive.* »⁶⁸

Les mêmes interrogations traversent donc l'histoire de la perception de l'image, entendue comme vecteur sensoriel, source de questionnements existentiels, moyen d'atteindre la vérité grâce à son authenticité ou source de manipulation. Si le regard du spectateur n'est jamais innocent, car se fondant sur son univers d'appartenance, il est néanmoins soumis à sa capacité d'exercer un jugement critique.

1.4. L'immersion dans les arts vivants

Pour Nikolaj Tarabukin, un spectacle se regarde avant tout : « [...] *le théâtre est d'abord un art figuratif.* »⁶⁹ Cela laisse ainsi supposer l'existence d'une immersion visuelle, comme nous l'avons mis en exergue à propos de la littérature et de la peinture. Notre réflexion ne portera pas dans ce

⁶⁶ *Ibid.*, p. 55.

⁶⁷ Ambroise-Rendu Anne-Clauden, *Du dessin de presse à la photographie (1878-1914) : histoire d'une mutation technique et culturelle*, Revue d'histoire moderne et contemporaine, Janvier-Mars 1992, p. 2-28.

⁶⁸ Gervais Thierry, « La photographie, un nouveau type d'information visuelle ? », in *Vallès et le sens du réel*, Autour de Vallès, 2008, N° 38, Revue de lectures et d'études vallésiennes, Coordonné par Saminadayar-Perrin, p. 184.

⁶⁹ Tarabukin Nikolaj, in Picon-Vallin B. (dir.), *La scène et les images*, Paris, CNRS Editions, p. 200.

développement uniquement sur le théâtre, mais plus généralement sur le « spectacle », dont le terme est issu du latin *spectatere* qui signifie regarder. Si les processus immersifs propres à la danse, à l'opéra, ou encore au théâtre de rue ne seront pas étudiés en détail, les observations s'appliquant au théâtre peuvent tout à fait leur être transposées. Nous entendons ces différentes pratiques dans ce sens plus global d'« arts vivants » supposant un espace scénique plus ou moins délimité, et un public plus ou moins impliqué dans la représentation. Nous nous pencherons avant tout sur l'évolution des représentations scéniques (qu'il s'agisse d'une scène de théâtre ou d'un espace extérieur choisi comme lieu d'une expérience particulière pour le spectateur) en ce qu'elles influent sur l'effet immersif provoqué. Le principe analogique entre monde scénique et monde réel et sa remise en cause, la démarche d'engagement du spectateur vers un rôle plus actif, la question du primat du texte sur l'image ou du sens sur l'émotion seront analysés en ce qu'ils modifient la perception du spectateur et sa propension à entrer dans l'univers proposé.

a. Le recours aux sens

De la même manière que pour le journalisme, la littérature et la peinture, c'est l'implication sensorielle et mentale qui est recherchée lors de la représentation d'un spectacle : « *Toute participation affective est un complexe de projections et d'identifications. [...] Ces phénomènes de projection-identification sont excités par tout spectacle : une action entraîne d'autant plus librement notre participation psychique que nous sommes spectateurs, c'est-à-dire passifs physiquement. Nous vivons le spectacle d'une façon quasi mystique en nous intégrant mentalement aux personnages et à l'action (projection) en les intégrant mentalement à nous (identification).* »⁷⁰ Cependant, les techniques utilisées et les finalités invoquées diffèrent au cours du temps.

Un des ressorts de l'immersion dans le théâtre, la littérature ou le cinéma repose sur sa fonction cathartique. La pitié, la peur, le trouble ressentis par le spectateur face à la représentation lui permettent de mettre le réel à distance et de se purifier de ses émotions. Selon Aristote⁷¹, l'épuration de ses passions entraîne un sentiment de plaisir chez le spectateur libéré de sentiments inavouables. C'est en vivant par procuration les destins malheureux des personnages qu'il parvient à se purger moralement. Catherine Bouko souligne que pour les théoriciens du classicisme, le théâtre a une fonction édifiante ; il guide le public, l'aide à faire le *distinguo* entre bien et mal. Mais le spectateur n'est pas pour autant associé directement à la représentation : « *[...] tragedy is a spectacle and not a participatory event. The play acts upon the spectators, but the spectators do not act upon the play, nor do they receive an active role in the script. Greek tragedy can be read as a reconciliation of immersion*

⁷⁰ Bouko Catherine, « *Corps et immersion* » ou les pratiques immersives dans les arts de la monstration, Sous la direction de Bouko Catherine et Steven Bernas, L'Harmattan, Coll. « Champs visuels », 2012, p. 126.

⁷¹ Aristote, *La Politique*.

and interactivity only if we look at what happens symbolically on stage, in the dialogue between the chorus and the characters. »⁷² Dans la tragédie grecque, le chœur apporte des éléments narratifs antérieurs à l'histoire, commente les actions et se lamente sur ce qui advient aux personnages. Il encadre ainsi la compréhension du spectateur et oriente sa réception.

b. L'immersion comme moyen d'identification

L'effet immersif prend davantage d'ampleur au XVII^e siècle avec le théâtre baroque italien qui plonge le spectateur dans l'obscurité, accorde une attention particulière aux décors et marque symboliquement, avec la fosse, la distance qui sépare le public des acteurs. « *The strict division of the house between stage and auditorium does not alienate the spectator from the action but on the contrary heightens the illusion of live presence and authenticity. Though spectators cannot step onto the stage, they are, fictionally, part of the same world, just as the spectator of a perspective painting is included in the imaginary extension of the pictorial space.* »⁷³ Ainsi le « quatrième mur » transparent entre espace de représentation et audience donne un effet de perspective comparable à celui d'un tableau représentant une scène en trois dimensions. Le spectateur se trouve en outre dans la position d'observateur privilégié. L'histoire, les personnages se veulent les plus réalistes possibles, de sorte qu'aucun doute ne subsiste quant à l'authenticité de la représentation, quitte à rappeler par moments au spectateur que ce à quoi il assiste n'est qu'illusion. Ce processus d'identification sera dénoncé par Bertold Brecht qui, envisageant le théâtre comme vecteur politique, développa dans ses pièces le *Verfremdungseffekt* (la distanciation) et construisit un « théâtre scientifique » par opposition au « théâtre dramatique » basé sur la formation de liens affectifs à l'égard des personnages. La priorité donnée à la constitution d'une pensée critique, incompatible avec l'immersion ou l'empathie, passe alors par l'analyse des circonstances, le décryptage des situations sous l'angle du politique : « *The locus of interaction is the real world, not the fictional one.* »⁷⁴ L'interruption de la pièce par des chansons ou des discours vise à éviter au maximum tout basculement vers l'immersion.

Remettant en question le théâtre « psychologique » dominé par le langage, Antonin Artaud prône dans « Le théâtre et son double » le dépassement des carcans du théâtre occidental au profit d'un spectacle total en prise directe avec le spectateur. La prédominance textuelle et la séparation entre public et représentation sont comprises comme les signes d'un épuisement créatif et d'un appauvrissement de l'expérience théâtrale : « *Cette idée de suprématie de la parole au théâtre est si enracinée en nous et le théâtre nous apparaît tellement comme le simple reflet matériel du texte que tout ce qui au théâtre dépasse le texte, n'est pas contenu dans ses limites et strictement conditionné par lui, nous paraît faire partie du domaine de la mise en scène considéré comme quelque chose d'inférieur par rapport au*

⁷² *Ibid.*, p. 297.

⁷³ *Ibid.*, p. 299

⁷⁴ *Ibid.*, p. 302.

texte. »⁷⁵ Les gestes, la musicalité, la corporéité, les jeux de lumière, l'utilisation des objets forment une poétique de l'espace. Un lien quasi organique entre public et spectacle est recherché, un théâtre de l'action qui tire « *ses possibilités d'expansion hors des mots, [...] prolonge leur sens, leur physionomie [...] en se servant de leur symbolisme et de leurs correspondances par rapport à tous les organes et sur tous les plans.* »⁷⁶ La mimesis, le récit sont abandonnés, mais la quête immersive demeure, passant non plus par l'identification mais par le physique, le sensoriel, l'action qui intègre d'emblée le spectateur. Le théâtre de l'absurde s'inscrit également dans cette déconstruction du langage. Eugène Ionesco, Samuel Beckett, Jean Genet mettent en scène des personnages dont les possibilités de communication sont réduites à leur expression la plus sommaire, en prise avec une existence dénuée de signification. L'absurdité des situations renvoie à l'absurdité de l'être, plongeant le spectateur dans une dimension plus philosophique de l'existence. On retrouve cette crise de la représentation dans la littérature moderne, avec une esthétique de l'ellipse, du vide, une attention à la présence physique du corps qui l'emporte sur le logos chez des auteurs tels que Stéphane Mallarmé, Paul Celan ou encore Francis Ponge.

c. Le spectateur comme partie intégrante de l'œuvre

La dimension performative caractérise le théâtre postdramatique du XX^e siècle qui investit la matérialité, déconstruit le personnage, valorise le rythme, le souffle, l'image plutôt que le logos. Le texte n'est qu'un élément constitutif de la dynamique scénique parmi d'autres. Le spectateur est appelé à cesser de décrypter ce qui lui est présenté pour mieux se recentrer sur sa perception : « *Le processus iconique appelle un " temps d'arrêt " lors duquel la perception demeure au niveau de la priméité et est délivrée de toute recherche de sens. La pensée iconique est fragile et éphémère, elle ne peut être atteinte qu'en de rares instants et requiert une attitude ouverte de la part du spectateur : ce dernier doit accepter d'abandonner ses repères (dramatiques) pour aborder ce langage scénique.* »⁷⁷ La fonction des spectateurs apparaît tout aussi importante que celle de la représentation, puisqu'ils ont pour mission de la co-construire. Le recours à différents médias, l'intégration de la vidéo, l'importance accordée à la dimension perceptive, la multiplication des points de vue en fonction de la position du spectateur, l'éclatement des limites spatiales redéfinissent les pratiques théâtrales. Le spectateur est invité à déambuler sur les lieux de la représentation, non plus circonscrite par la scène, mais ouverte sur l'extérieur. La projection se fait davantage sur un plan géographique que narratif ou historique, et les mouvements, les déplacements des acteurs comme des spectateurs prennent le pas sur l'opposition statique scène/public. Cette nouvelle forme théâtrale, qui se revendique sous l'appellation de « théâtre immersif », fait du spectateur un « immersant » selon la formule de Catherine Bouko. Différentes

⁷⁵ Artaud Antonin, *Le théâtre et son double*, 1935, in Artaud Œuvres Quarto Gallimard, 2004, p. 545.

⁷⁶ *Ibid.*, p. 558.

⁷⁷ Bouko Catherine, *Théâtre et réception, le spectateur dramatique*, P.I.E. Peter Lang, Bruxelles, 2010, p. 143.

stratégies sont mises en place pour brouiller les frontières, dérouter le spectateur, ce dernier oscillant en permanence entre monde fictionnel et monde actuel. Ainsi l'immersion ne se limite pas à une plongée dans un univers sensoriel, elle vise à déstabiliser le récepteur. La scénographie, l'ancrage spatial sont à la fois les moyens et les fins de l'expérience théâtrale. L'immersion se déploie spatialement et mentalement, comme avec « Muur », mis en scène par Inne Goris. Les spectateurs se déplacent sur un terrain vague bruxellois. Les dialogues et musiques entendus par l'intermédiaire d'un casque audio induisent une proximité physique, un rapport intime avec les personnages. La nature multisensorielle des expériences vécues, le dépaysement, la participation active du spectateur ont pour objet le déclenchement d'une immersion introspective qui l'amènera à s'interroger. Dans « Field Works-Office », la compagnie Deepblue propose une déambulation dans des locaux de bureaux vides. Des sons de machines à café et de photocopieuses sont émis en décalage avec les actions des *performers*. La simulation de situations réalistes où sons et images ne coïncident pas provoque un sentiment d'indétermination, d'étrangeté, chez le spectateur.

Le recours à une pluralité de supports rend difficile, dans certaines pièces, l'identification à un genre donné. Le cycle de performances « Breaking » (2010), mis en scène par Eli Commins, lie pratique théâtrale, nouvelles technologies sociales et actualité internationale. Les textes sont tirés de messages réels, rédigés sur Twitter et retransmis ou énoncés par les acteurs disséminés dans l'espace et au sein même du public. Dans une forme contemporaine du théâtre documentaire, Eli Commins propose aux spectateurs une lecture distanciée d'un événement contemporain : la traversée de la frontière entre le Mexique et les Etats-Unis par des migrants. Fondée sur l'authenticité des signes – les tweets –, le spectacle maintient l'événement à distance, qui n'est par ailleurs pas représenté sur scène. Dimension lacunaire qui témoigne de la déconstruction de la représentation, et du rejet de l'illusion. Diffusé depuis les quatre coins de la salle, le son entoure le public qui est placé face à un grand écran. L'action n'est pas à prendre pour vraie, mais la recherche d'une immersion cognitive et sensorielle interroge le spectateur, voire fait vaciller ses certitudes.

La recherche d'un rapport toujours plus direct avec le spectateur se manifeste également par l'utilisation de casques de vision à 360°. Dans les spectacles « Eux » (2008) et « Line-up » (2009), la compagnie Crew propose au spectateur une plongée perceptive au moyen d'un visiocasque et d'un casque audio. L'idée, pour le spectateur, est de tenter de comprendre les bouleversements occasionnés par la maladie. Dans « Eux », il se place dans la peau d'un patient souffrant d'agnosie (perte de la capacité de reconnaissance) et il vit dans « Line-up » la vie d'un employé de bureau licencié en raison de troubles de paralysie comateuse temporaire.⁷⁸ Les sensations ressenties par l'immersant sont censées le rapprocher le plus possible de celles ressenties par le personnage qu'il incarne. Nous voyons d'ores

⁷⁸ Exemples développés dans l'article « Théâtre et spectacle vivant. Mutations contemporaines » (André Helbo, Catherine Bouko, Elodie Verlinden). Article disponible sur *Cairn*.

et déjà les similitudes entre ce type de démarche et les motivations qui président à la création de productions en journalisme immersif.

d. Vers un art total

Comme le soulignent les auteurs de l'article « Théâtre et spectacle vivant. Mutations contemporaines »⁷⁹, la fusion des genres et des expressions artistiques : *tanztheater*, performance, opéra, théâtre dramatique, postdramatique rendent toute catégorisation obsolète en matière d'arts vivants. Ce syncrétisme existe tout autant entre cinéma, théâtre, documentaire, peinture, vidéo, avec pour dénominateur commun la focalisation sur le corps, le ressenti et l'affirmation d'une participation active du spectateur. Nous voyons dans ces hybridations la même volonté d'art total, esthétique, politique et métaphysique exprimée dans le fantasme d'Œuvre absolue de Wagner. On perçoit en effet dans la manière de fusionner les arts, de solliciter les sens et de s'adresser directement au spectateur, un désir de totalité, d'universalité qui dépasserait les contingences de la simple représentation. La progressive disparition du médium, ou du moins sa réduction à sa manifestation la plus ténue, serait alors le signe d'une tentative d'exprimer l'essence du monde. Le goût de la césure, du hiatus, la recherche de la confusion chez le spectateur ne seraient-ils pas l'émanation, non plus d'un art total, mais d'une « totalité alternative »⁸⁰ ? Autrement dit, l'immersion a à voir avec ce désir de totalité (on plonge dans un tout, on est submergé par un tout). Le mélange des genres, la multiplication des ressources scéniques, l'intégration des nouvelles technologies apparaissent alors comme un renouvellement formel par ailleurs toujours en recherche d'une unité entre le moi, la collectivité et le monde. La question de l'union des arts n'est par ailleurs pas nouvelle. Elle est même centrale dans l'esthétique romantique. Pour Herder (« Kalligone », 1800), il ne fait aucun doute que la musique appelle naturellement parole et gestique, et que les arts étaient autrefois unis : « *Ton et geste appellent la musique, et réciproquement lors de passages mélodiques doux, on ne souhaite pas seulement des mots, mais on se les forge même sans langage lorsqu'on est plongé dans le sentiment. Ce lien naturel entre son, geste, danse et parole, tous les peuples l'ont reconnu et ressenti [...]. Ce que la nature avait lié, ce qui était un dans l'expression des différents sens, ils ne voulaient pas utiliser la force pour les séparer.* »⁸¹

1.5. L'immersion cinématographique

L'histoire de l'immersion prend un nouveau tournant avec l'arrivée du cinématographe, traçant une ligne évolutive qui part de l'immersion picturale, théâtrale puis photographique, pour parvenir à un effet

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ Picard Timothée, *L'art total. Grandeur et misère d'une utopie (Autour de Wagner)*, Presses Universitaires de Rennes, 2006, p. 16.

⁸¹ *Ibid.*, p. 44.

de plongée spectatorielle qui sera qualifiée de plus complète car reposant sur des techniques et dispositifs mieux à même de créer l'illusion.

a. La photographie comme décalque du réel

Le travail pictural, notamment à la Renaissance, apparaît ainsi comme une tentative qui porte en elle les germes des développements ultérieurs dans le domaine du cinéma en 2D puis en 3D. « *Dans toute représentation figurative, il y a déjà un embryon de corporalité. Aussi les peintures naïves ou archaïques qui ignorent ou méprisent la perspective (tridimensionnalité), restituent-elles une certaine corporalité. C'est en établissant la perspective que la peinture de la Renaissance restitue les dimensions et les formes apparentes (dites réelles) et par là suggère une tridimensionnalité qui accroît d'autant la corporalité. La photographie, elle, suggère automatiquement cette tridimensionnalité.* »⁸²

Par opposition à la scène de théâtre, l'effet de réel au cinéma est ressenti avec davantage de puissance : « *Nous savons et sentons au théâtre qu'objets et décors, souvent symboliquement figurés, sont des accessoires, accessoires au point même de disparaître. Au cinéma par contre, le décor n'a nullement une apparence de décor ; même (et surtout) quand il a été reconstitué en studio, il est chose, objet, nature.* »⁸³ Cette possibilité d'atteindre un degré de réalisme jamais atteint auparavant distingue donc le film du spectacle de théâtre : « *" tout est nécessaire pour donner l'apparence de la vérité à des choses entièrement factices... Dans les questions matérielles le cinématographe doit mieux faire que le théâtre et ne pas accepter le conventionnel ". Alors que le théâtre peut (doit, affirme-t-on) se satisfaire de toiles de fond et de signes conventionnels, le cinéma a besoin d'objets et d'un milieu apparemment authentiques. Son exigence d'exactitude corporelle est fondamentale.* »⁸⁴ L'investissement psychologique du spectateur de cinéma puise par ailleurs dans la véracité intrinsèque à l'image photographique. L'image n'est plus reconstituée par la mise en scène mais accessible directement comme décalque du réel : « *C'est parce que nous savons que l'image photographique est une empreinte, une trace, automatiquement produite par des procédés physico-chimiques, de l'apparence de la lumière à un moment donné, que nous croyons qu'elle représente adéquatement cette réalité, et que nous sommes prêts à croire éventuellement qu'elle dit la vérité sur elle-même.* »⁸⁵ C'est donc cette analogie entre réel et reproduction du réel qui rend le spectateur captif : « *Autrement dit la photographie est au sens strict du terme présence réelle de la personne représentée, on peut y lire son âme, sa maladie, sa destinée. Mieux : une action est possible, par elle et sur elle-même. Si l'on peut posséder par photo, c'est évidemment que celle-ci peut vous posséder. Les expressions "prendre en photo",*

⁸² Morin Edgar, *Le cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie*, Les Editions de Minuit, 1956, p. 143.

⁸³ *Ibid.*, p.72.

⁸⁴ *Ibid.*, citation de Méliès, *Les vues cinématographiques*, p.163.

⁸⁵ Aumont Jacques, *L'Image*, Armand Colin Cinéma, 2ème édition, 2005, p. 83.

"être pris en photo" ne trahissent-elles pas une croyance confuse en ce pouvoir ? »⁸⁶

b. Emotion cinématographique et circularité

Les réalisateurs de cinéma, tout comme les peintres ou les écrivains, cherchent à susciter l'émotion : « *Emouvoir non pas avec des images émouvantes, mais avec des rapports d'images qui les rendent à la fois vivantes et émouvantes.* »⁸⁷ La communion du public qui ressent au même moment les mêmes émotions accroît l'immersion des spectateurs : « *Dans la fascination qui descend d'un gros plan et pèse sur mille visages noués dans le même saisissement, sur mille âmes aimantées par la même émotion ; [...] dans des images que l'œil ne sait former ni si grandes, ni si précises, ni si durables, ni si fugaces, on découvre l'essence du mystère cinématographique, le secret de la machine à hypnose : une nouvelle connaissance, un nouvel amour, une nouvelle possession du monde par les yeux.* »⁸⁸ L'idée de syncrétisme, visible dans les pratiques artistiques convoquant les cinq sens et conjuguant aussi bien danse, théâtre, musique que vidéo, se retrouve dans les écrits consacrés au cinéma. Pour Elie Faure, le cinéma est une « *musique qui nous atteint par l'intermédiaire de l'œil.* »⁸⁹

Un double mouvement immersif est à l'œuvre dans le cinéma : caractère circulaire du dispositif, des images qui entourent le spectateur et plongée subjective dans l'univers fictionnel. « *Bien avant que Rudolf Arnheim ne démontre les caractéristiques du medium filmique, les ancêtres de l'actuel cinéma ont prouvé cette volonté de l'immersion par l'image animée et plus particulièrement par sa projection, son émission. C'est notamment le cas des panoramas, du cinéma stéréoscopique ou encore du Cinéorama qui apparaissent dès le XIX^e siècle et mettent en jeu une projection d'images circulaires se succédant à un rythme rapide, formant une image développée jusqu'à 360 degrés.* »⁹⁰ Un certain nombre de caractéristiques renforce ce phénomène : obscurité de la salle, musique, décors réalistes, rythme, mouvement donné par la réalisation et le montage. Le cinéma dépasse la photographie en ce que « *le mouvement restitue la corporalité et la vie qu'avait la photographie* »⁹¹, tandis que le rythme intègre « *le spectateur dans le flux du film* » et « *le flux du film dans le flux psychique du spectateur.* »⁹² L'obscurité est une « *chambre noire, où les spectateurs, comme les habitants de la caverne de Platon, sont virtuellement gardés prisonniers entre l'écran et la cabine de projection, enchaînés à leur siège,*

⁸⁶ *Ibid.*, p. 28.

⁸⁷ Bresson Robert, cité par Bellour Raymond, *Le corps du cinéma. Hypnoses, émotions, animalités*, P.O.L. Trafic, 2009, p. 127.

⁸⁸ *Ibid.*, prologue.

⁸⁹ Faure Elie, in *Encyclopédie Française*, 16/04/19, cité par Morin Edgar in *Le cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie*, Les Editions de Minuit, 1956, p. 15.

⁹⁰ Bouko Catherine, « *Corps et immersion* » ou *les pratiques immersives dans les arts de la monstration*, Sous la direction de Bouko Catherine et Steven Bernas, L'Harmattan, Coll. « Champs visuels », 2012, p. 113.

⁹¹ *Ibid.*, p. 133.

⁹² *Ibid.*, p. 105.

positionnés entre le large rectangle sur lequel apparaît l'illusion flottante du mouvement et les appareils qui produisent les images entre l'ombre et la lumière. »⁹³ Suivant ce constat, la télévision, qui se regarde chez soi en pleine lumière, déclenchera une immersion moindre comparativement au cinéma, lieu extérieur où l'on se retrouve en groupe, dans la pénombre, pour un moment particulier. Ces spécificités induisent émotion et identification du spectateur : « *Le gros plan fixe sur le visage la représentation dramatique, il focalise sur lui tous les drames, toutes les émotions, tous les événements de la société et de la nature.* »⁹⁴ C'est ce processus immersif à la fois sensoriel, kinesthésique et psychologique qu'Edgar Morin a nommé « projection-identification » : « *Entre la magie et la subjectivité s'étend une nébuleuse incertaine, qui déborde l'homme sans pour autant s'en détacher, dont nous repérons, ou désignons les manifestations avec les mots d'âme, de cœur, de sentiment. Ce magma qui tient de l'une et de l'autre n'est ni la magie, ni la subjectivité proprement dites. C'est le royaume des projections-identifications affectives.* »⁹⁵ Tout comme lors de la lecture d'un roman, le spectateur s'identifie aux personnages et vit les situations par procuration, mais d'une manière qui paraît décuplée, maximisée par le mode d'expression cinématographique. Et de même que ce que l'on a observé concernant la lecture d'un texte ou d'une peinture qui s'effectue en deux temps, le film fait l'objet d'une réception à deux niveaux. Comme l'a montré la psychanalyse freudienne, la réception directe, « primaire », est de l'ordre de l'inconscient, et la réception a posteriori, « secondaire », est de l'ordre de la pensée consciente. Par ailleurs, ce sont les indices de réalité repérables dans la fiction qui, rattachant le spectateur à son univers d'appartenance, conditionnent sa propension à croire.

c. Un spectateur actif

Captif, prisonnier volontaire du siège de cinéma, le spectateur n'est pas pour autant passif : « *Le cinématographe a déterminé un spectacle parce qu'il excitait déjà la participation.* »⁹⁶ S'il ne s'agit pas d'une participation directe, le transfert que fait le spectateur sur les images relève d'une participation affective et psychologique intense. Rien ne peut interférer entre l'écran et le public, contrairement à la scène de théâtre : « *Au théâtre, [...] la présence du spectateur peut retentir sur le jeu de l'acteur : l'acteur peut oublier son rôle ou se trouver mal. L'ambiance et le cérémonial ne peuvent se dissocier du caractère actuel, vécu, que prend la représentation théâtrale. Au cinématographe, l'absence des acteurs comme des choses rend impossibles tous les accidents physiques ; pas de cérémonial, c'est-à-dire pas de coopération pratique du spectateur au spectacle.* »⁹⁷ Ainsi la présence discrète du medium et la disparition des intermédiaires physiques entre spectateur et spectacle accentue son immersion, son ressenti. La disparition du corporel au cinéma, ou du moins sa limitation, active la

⁹³ *Ibid.*, p. 113

⁹⁴ *Ibid.*, p. 117.

⁹⁵ *Ibid.*, p. 94.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 100.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 101.

participation corporelle du spectateur, voire plus : « *Le spectateur est également actif ; comme dit Francastel, il fait le film autant que ses acteurs.* »⁹⁸ C'est l'imagination du spectateur, qui balance entre croyance et doute, qui détermine son implication, et donc sa participation au film qui lui est présenté. « *La source permanente de l'imaginaire est la participation. Ce qui peut sembler le plus irréel naît de ce qu'il y a de plus réel. La participation, c'est la présence concrète de l'homme au monde : sa vie.* »⁹⁹ Enfin, l'immersion naît du désir d'évasion du spectateur. Il prend d'autant plus facilement les images visionnées pour réelles qu'il désire fuir sa propre réalité : « *Besoin de se fuir, c'est-à-dire de se perdre dans l'ailleurs, d'oublier sa limite, de mieux participer au monde... C'est-à-dire en fin de compte, se fuir pour se retrouver. Besoin de se retrouver, d'être davantage soi-même, de se hausser à l'image de ce double que l'imaginaire projette de mille vies étonnantes. C'est-à-dire besoin de se retrouver pour se fuir, se retrouver ailleurs en nous-mêmes, se fuir à l'intérieur de nous-mêmes.* »¹⁰⁰ On en revient à la quête de totalité par l'art, déjà évoquée : la participation imaginaire à une totalité d'êtres, de choses, de situations, au flux même de la vie, répond à un besoin existentiel, métaphysique. Et cette quête serait en quelque sorte facilitée avec le cinéma. Par son accessibilité, sans doute, par le rapport direct entre spectateur et film, et enfin par son universalité : « *L'intelligibilité universelle de ce langage est le prolongement indissociable de la participation universelle que suscite le cinéma.* »¹⁰¹

1.6. L'immersion ethnologique

A priori la vocation scientifique de l'ethnologie, reposant sur le recours à des données factuelles et la capacité du chercheur à relire les événements avec l'objectivité requise, lui donneraient une place à part dans notre analyse. Or les champs d'intervention et la méthode de l'ethnologue ne semblent pas si déterminés que cela. On observe en effet un flottement entre les pratiques ethnologiques, journalistiques et littéraires.

En quoi le récit de voyage dans des contrées exotiques fin XIX^e siècle diffère-t-il de l'article du journaliste-voyageur et du travail de l'ethnologue ? Tous ont en commun la recherche de l'information par l'enquête, qui fournit les éléments objectivables qui seront réinvestis dans l'exploitation journalistique, scientifique ou fictionnelle. Et tous ont cette volonté d'organiser, de hiérarchiser, de synthétiser les données collectées pour en faire émerger une connaissance du social. Par ailleurs, quelle place pourrait avoir l'immersion dans l'approche ethnologique ? Vectrice d'émotion, comment celle-ci pourrait-elle être compatible avec le décryptage des usages culturels ?

⁹⁸ *Ibid.*, p. 108.

⁹⁹ *Ibid.*, p. 210.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 117.

¹⁰¹ *Ibid.*, p. 200.

a. L'immersion comme moyen de débusquer le vrai

Les frontières entre ces différents domaines s'avèrent difficiles à identifier. Pour Marcel Griaule, la comparaison avec la littérature et le journalisme n'a pas lieu d'être : « *Qu'on n'attende ici ni littérature, ni habileté du reportage. Il ne m'importe que de montrer quasi nu le document naissant de l'observation directe d'une cérémonie, compte tenu des innombrables informations recueillies en dehors d'elle. Cette publication n'étant pas destinée aux spécialistes, les textes sont traduits librement et sans commentaires.* »¹⁰² Marcel Mauss, en revanche, reconnaît la complémentarité de ces domaines : « *La sociologie et l'ethnologie descriptive exigent qu'on soit à la fois cariste, historien, statisticien... et aussi romancier, capable d'évoquer une société entière.* »¹⁰³ Du point de vue méthodologique, journalistes, ethnologues et parfois romanciers font appel à l'immersion de terrain pour mener à bien leurs recherches. Celle-ci passe par l'observation directe ou indirecte. L'observation participante permet d'entrer dans le « terrain » ou le milieu choisis « de l'intérieur ». Cet accès direct passe par les techniques déjà évoquées concernant le journalisme : séjour long dans la communauté, la zone géographique étudiées, travestissement pour faciliter l'intégration et avoir un accès tangible et donc vérifiable aux informations glanées, expérimentation directe de la vie des personnes qui font l'objet de l'enquête en se faisant passer pour un autre. Il apparaît ainsi difficile de déterminer les spécificités d'approches appartenant pourtant à des champs disciplinaires distincts. Le fait que certaines expériences soient données en exemple de la pratique journalistique comme de la pratique ethnologique est révélateur de ce flottement. Le travail de Maryse Choisy est ainsi perçu sous le double aspect ethnologique et sociologique. Florence Le Cam et Pierre Van den Dungen la citent comme exemple de « *journalisme déguisé* »¹⁰⁴, tandis que Jean-Didier Urbain l'évoque comme prototype de l'observation « *incorporée* » réussie, par opposition à celle de Maud Marin, percée au grand jour : « *Si Maryse Choisy semble réussir son voyage invisible d'un sexe à l'autre, pénétrant clandestinement, au terme d'une très improbable expédition, déguisée en homme, l'univers secret des moines du mont Athos interdit aux femmes, Maud Marin, "pincée par les flics", voit le sien interrompu et verbalisé comme étant celui d'un homme déguisé "en dehors des périodes de carnaval".* »¹⁰⁵ Dans « L'Adieu au voyage. L'ethnologie française entre science et littérature », Vincent Debaene cite en outre Gunter Wallraff, « dans la peau » d'un immigré turc, ou encore Fiammetta Venner : « *Pour se transformer en "taupe" et pénétrer groupes et réseaux d'extrême droite, [elle] usa de deux costumes sésames, deux uniformes "ouvre-boîtes": bomber, jean et rangers noirs suffisent pour s'introduire au FNJ (Front National de la*

¹⁰² Griaule Marcel, présentation de l'article « Le chasseur du 20 octobre », *Minotaure*, n°2, 1933, p. 31, in Debaene Vincent, *L'adieu au voyage. L'ethnologie française entre science et littérature*, NRF, Editions Gallimard, Bibliothèque des sciences humaines, 2010, p. 113.

¹⁰³ Debaene Vincent, p. 114.

¹⁰⁴ Voir première sous-partie « Historicité de l'immersion dans la pratique journalistique ».

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 40.

Jeunesse) ou chez les royalistes de l'Action française, et chemisier, mocassins et jupe chez les catholiques intégristes. »¹⁰⁶

b. La subjectivité de l'ethnologue en question

A partir du moment où les ethnologues délaissent l'immersion « exotique » et la mythique découverte de l'« Ailleurs » fantasmé pour une immersion « endotique » au sein d'univers connus, interrogeant non plus l'autre mais le proche, le quotidien, il semble périlleux d'opposer frontalement les manières de faire des ethnologues de celles des journalistes. En dépit du caractère scientifique propre à l'ethnologie, l'immersion passe, tout comme nous l'avons vu dans le cas du reportage, par l'expérience sensorielle, corporelle de l'observateur. Cette subjectivité est même entendue comme caractéristique à part entière de l'ethnologie, et même comme condition *sine qua non* d'obtention de l'information. « *Faire de sa propre personnalité " l'outil de son observation ", telle est la singularité de la pratique de l'ethnologue [...] : faire de son expérience sensorielle le fondement de son observation, [...] s'inscrire dans une dynamique d'interaction, où sa personnalité, mais aussi les conséquences psychologiques du contact avec les "indigènes" (agacement, enthousiasme, lassitude, etc.) sont reversées au profit d'une enquête qui se "recrée, comme ferait une plante qui formerait sous elle son propre terreau". »¹⁰⁷ En lieu et place d' "une pure intelligence contemplatrice", Lévi-Strauss voit l'ethnologue comme "l'agent volontaire d'une transformation qui s'opère à travers lui, affecté par la situation d'étrangeté" »¹⁰⁸ rencontrée. C'est donc le corps de l'ethnologue, ses sensations et perceptions, qui fondent son approche systématisante du réel. Nous retrouvons ici la volonté totalisante, universaliste, mise en exergue à propos des pratiques artistiques. L'ethnologie vise en effet un dépassement du caractère conjoncturel des situations. L'interprétation des faits, comme d'ailleurs pour le journalisme, fait système : « *S'il fallait définir l'ethnologie et l'anthropologie comme projet conceptuel, ce serait la notion de totalité qui résumerait le mieux l'état d'esprit de ces disciplines. Au-delà des objets particuliers [...], ce sont bien des totalités signifiantes qui focalisent l'attention [...]. Marcel Mauss, l'un des fondateurs théoriques de l'ethnologie française, a forgé l'expression de "fait social total" pour désigner un phénomène à la fois reflet et expression de la logique interne d'une société. »¹⁰⁹ L'ethnologie, et sans doute également les sciences humaines plus généralement, le journalisme, la littérature, les arts vivants, le cinéma, ont en commun ce fonctionnement métonymique : le fait, la situation, la personne ou le personnage contiennent une dimension universelle. Au sein du contingent se cache une vérité plus haute, symbolique, qu'il faut dénicher. Cette verticalité du savoir se couple d'une dimension réflexive : en comprenant comment**

¹⁰⁶ *Ibid.*, p. 40.

¹⁰⁷ Giaule Marcel, *Méthode de l'ethnographie*, PUF, 1957, p. 41, in Debaene Vincent, *L'adieu au voyage*, p. 72.

¹⁰⁸ Lévi-Strauss, *Anthropologie structurale III*, in Debaene Vincent, p. 72.

¹⁰⁹ Copans Jean, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Nathan Université, Collection 128, 1996, p. 24.

fonctionnent les autres, c'est moi-même que je veux comprendre. Ainsi un rapprochement existe entre journalisme et ethnologie de par le travail d'enquête, mais le degré de systématisation serait moindre dans un article que dans une publication scientifique : « *On peut dire que ce que j'ai écrit jusqu'à présent, n'importe quel bon journaliste serait capable de la faire. Et c'est vrai que nombre d'investigations journalistiques ressemblent beaucoup, à quelques nuances près, à des recherches ethnographiques. [...] La nuance, c'est que les journalistes ethnographiques – si on peut les appeler ainsi – ne s'imposent pas un rapport constant à la théorie.* »¹¹⁰

c. L'immersion comme pratique scientifique ?

L'immersion ethnographique pose ceci dit plusieurs questions. Comment mesurer le degré d'accoutumance souhaitable ? Comment maintenir une distanciation vis-à-vis de cet autre moi participant/observateur ? Comment rester extérieur tout en s'investissant affectivement ? Et quelle place pour la déontologie, l'idée étant de faire croire que l'on est autre pour faire tomber les garde-fous de son interlocuteur ? Tout en étant inclus, intégré et même habitué à l'univers étudié, l'ethnologue se doit de conserver un regard neuf : « *L'invisible naît ici de l'usure du regard : de cette perte de vigilance que produisent familiarité et répétition ; de cette paresse, de cette langueur, de cette panne de perception critique que suscite la routine et que l'on nomme ennui ou monotonie.* »¹¹¹ Si l'observateur fait partie de l'observation, son point de vue étant mis à profit dans l'analyse menée, l'interaction avec les personnes étudiées modifie quoi qu'il arrive le cours des choses. « *L'acte inaugural qui institue la communication (en adressant la parole, en offrant un don, en lançant une invitation ou un défi, etc.) a toujours quelque chose d'une intrusion ou même d'une mise en question... En outre, il compte toujours, qu'on le veuille ou non, la potentialité d'une emprise, d'une obligation.* »¹¹² L'ethnologie joue avec une triple illusion : d'abord, l'illusion que je suis un autre auprès de la communauté intégrée (si le statut de l'ethnologue n'est pas révélé), puis l'illusion de l'ethnologue vis-à-vis de lui-même, qui se fait croire qu'il est cet autre, enfin l'illusion que les scènes auxquelles il assiste se seraient déroulées de la même manière sans sa présence. « *Masquée, l'exploration semble procéder dans ce cas du parasitisme, du voyeurisme, voire de l'opportunisme [...] ou du cynisme irrévérencieux de l'imposteur.* »¹¹³ Selon Jean-Didier Urbain, c'est justement le fait de savoir que l'on n'est pas à sa place habituelle qui permet à l'ethnologue de maintenir ses facultés critiques et intellectuelles en éveil : « *A rebours de l'illusion classique des ethnologues participants, intégrés et surtout habitués, la conscience du mensonge et la mise en péril constante de l'incognito obligent ce voyageur à une vigilance de tous les instants. Elle*

¹¹⁰ Winkin Yves, *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, De Boeck Université, 2001, p. 142.

¹¹¹ Urbain Jean-Didier, *Ethnologue, mais pas trop...*, Petite Bibliothèque Payot, 2003, p. 102.

¹¹² Bourdieu Pierre, *Méditations pascaliennes*, Paris, Editions du Seuil, 1997, p. 237, in Winkin Yves, *Anthropologie de la communication*, p. 271.

¹¹³ Urbain Jean-Didier, p. 30.

empêche que s'installe ce "sentiment trompeur de familiarité". »¹¹⁴ Du côté de l'ethnologue l'objectif est, comme pour le journaliste, de délivrer une information parfaitement conforme à la réalité. L'arrivée de la photographie puis du cinéma révolutionne l'ethnologie, mais pose de nouveau la question de la véracité de l'image, et donc de la confiance que le spectateur peut avoir en ce qui lui est présenté. Dès 1895, le docteur Félix-Louis Régnault, membre de la Société d'Anthropologie de Paris, réalise des prises de vues chronophotographiques à caractère ethnologique lors de l'exposition ethnographique sur l'Afrique occidentale qui s'est tenue à Paris¹¹⁵. Les progrès techniques en matière d'enregistrement sonore, photo ou vidéo rendent possible la sauvegarde des documents. Outre cette application d'archive, le cinéma-vérité ou cinéma d'observation parviendrait à retranscrire le réel plus directement et plus fidèlement : « *La "caméra à l'état pur" [montre] le peuple sans aucun fard, [le saisit] à tout instant.* »¹¹⁶ Selon Dziga Vertov, « *le cinéma-vérité est un nouveau titre d'art, l'art de la vie même. Le ciné-œil comprend : toutes les techniques de tournage ; toutes les images en mouvement ; toutes les méthodes sans exception qui permettent d'atteindre la vérité : une vérité en mouvement.* »¹¹⁷ La pluralité des techniques utilisées pour filmer rend les images vivantes, et permet au spectateur d'accéder à l'univers étudié comme s'il y était. Le dispositif matériel a pour corollaire la disparition, ou la mise en veille du médium. L'absence de commentaires a en outre pour conséquence de livrer le spectateur à sa propre perception de la situation. Si Jean Rouch doute de l'existence du film ethnologique à proprement parler, il témoigne de la particularité de ce moyen d'expression. Il se passe quelque chose d'unique entre le spectateur et les personnages filmés : « *Je n'en sais rien encore, mais je sais qu'il y a certains instants très rares où le spectateur comprend soudain une langue inconnue sans le truchement d'aucun sous-titre, participe à des cérémonies étrangères, circule dans les villes ou à travers des paysages qu'il n'a jamais vus mais qu'il reconnaît parfaitement.* »¹¹⁸ Cette disparition du médium touche le spectateur en prise directe avec les images : « *Le gros plan d'un sourire africain, un clin d'œil mexicain à la caméra, un geste européen si banal que personne n'avait songé à le filmer, forcent ainsi le visage bouleversant de la réalité.* »¹¹⁹ Ceci dit, la recreation des conditions réelles de vie dans tel ou tel lieu passe par une mise en scène plus ou moins appuyée mais qui peut au contraire susciter la défiance du spectateur. « Nanook », film de 1922 sur les Esquimaux dans le Grand Nord, réalisé par Robert Flaherty, a ainsi défrayé la chronique. Le mimétisme de la réalité trouve ici ses limites, comme dans la reconstitution d'une scène de chasse au phoque. L'animal que les Esquimaux sortent de l'eau dans cette séquence est visiblement mort, donnant une représentation peu réaliste de

¹¹⁴ Barley N., *Un anthropologue en déroute*, Paris, Payot, 1992, p. 247, in Urbain Jean-Didier, p. 34.

¹¹⁵ Lallier Christian, *Pour une anthropologie filmée des interactions sociales*, Editions des archives contemporaines, 2009, p. 11.

¹¹⁶ De France Claudine (dir.), *Pour une anthropologie visuelle*, Mouton Editeur, Cahiers de l'homme, Nouvelle série XIX, 1979, p. 57.

¹¹⁷ Vertov Dziga, *Manifeste des kinoki*, 1923, in De France Claudine, p. 57.

¹¹⁸ Rouch Jean, revue « Positif » (été 1955, Festival de Venise), in De France Claudine, p. 59.

¹¹⁹ *Ibid.*, p. 59.

l'événement originel. Ainsi la volonté de ressemblance au réel peut tourner au burlesque si la réalisation n'est pas suffisamment probante.

d. Une présence sur le terrain qui change la donne

Plusieurs problèmes se posent également dans l'interaction filmée. Le terme « captation », ou le fait de dire qu'une image « est dans la boîte » renvoie aux aspects déontologiques déjà évoqués. Filmer le réel, c'est aussi utiliser la présence de l'autre, capter son image pour les besoins de la réalisation.¹²⁰

La présence d'un appareil photo ou d'une caméra peut par ailleurs modifier la donne. « *Le concept de profilmie désigne, dans le champ de l'anthropologie visuelle, cette "manière plus ou moins consciente dont les personnes filmées se mettent en scène, elles-mêmes et leur milieu, pour le cinéaste ou en raison de la caméra".* »¹²¹ La sociologie comportementale a démontré, au début du XX^e siècle, l'incidence qu'avait la présence d'un observateur sur les situations étudiées. De 1924 à 1933, Elton Mayo chercha à évaluer quels facteurs influent sur la productivité d'ouvrières de la Western Electric à Chicago. Il s'avéra que le changement des conditions matérielles n'avait pas de conséquence sur la productivité. Il découvrit plus tard que la présence d'observateurs au sein de l'usine était en réalité le facteur déclencheur de l'amélioration des performances, valorisant l'activité des ouvrières et favorisant leur motivation.¹²² Il est donc bien normal que la présence d'une caméra modifie le cours du tournage : « *Dès lors, la moindre attitude ostentatoire de la personne filmée vis-à-vis de celui qui filme suscitera la suspicion sur le caractère spontané de son action : pourtant, ne serait-il pas légitime qu'elle manifeste son attention à l'égard de cette caméra qui enregistre ses faits et gestes ?* »¹²³

Le film induit en outre un nouveau rapport du sujet filmé aux images tournées en ce qu'il a la possibilité de les visionner. Il s'agit de la technique du *feed-back*. Jean Rouch a par exemple mis au point un projecteur, et a montré son film « Sigui 69 » au village Dogon où celui-ci a été tourné, déclenchant des réactions considérables parmi les habitants. Dévoiler le résultat des travaux menés dénote une honnêteté vis-à-vis de « l'autre », voire remet quelque peu ethnologue et sujets filmés sur un pied d'égalité : « *L'anthropologue n'est plus l'entomologiste observant l'autre comme un insecte (donc le niant) mais un stimulateur de connaissance mutuelle (donc de dignité). [...] C'est cette recherche de participation totale, pour aussi idéaliste qu'elle soit, qui me paraît actuellement moralement et scientifiquement la seule attitude possible pour un anthropologue.* »¹²⁴

Au-delà des frontières méthodologiques fluctuantes entre ethnologie et journalisme, il s'avère plus difficile de financer un film ethnologique plutôt qu'un reportage. La télévision ayant tendance à

¹²⁰ *Ibid.*, p. 22.

¹²¹ De France Claudine, *Cinéma et anthropologie*, Paris, Edition de la MSH, in Jacques Hamel (dir.), *L'analyse qualitative interdisciplinaire*. Définition et réflexions, L'Harmattan, 2010, p. 210.

¹²² Lallier Christian, p. 29.

¹²³ *Ibid.*, p. 71.

¹²⁴ De France Claudine, p. 69.

privilégier les reportages aux films ethnologiques, on assiste à une hybridation des genres où prédominent les codes journalistiques.

Franck Rose fait le rapprochement entre nouvelles technologies et immersion concernant le transmédia : « *Sous [l'influence d'internet], un nouveau type de récit émerge – un récit raconté via plusieurs médias simultanément dans une narration non linéaire, un récit participatif, qui ressemble souvent à un jeu, un récit qui est conçu avant tout pour être immersif. C'est le « deep media » : des histoires qui ne sont pas simplement divertissantes, mais immersives, qui vous emmènent plus loin qu'un épisode de série d'une heure, un film de deux heures ou une publicité de 30 secondes le peuvent.* »¹²⁵ Les nouvelles technologies permettent donc de créer une immersion que Sarah Sepulchre qualifie de technique. Dans le cas des cinémas Imax, des jeux qui se jouent avec des casques et des gants interactifs ou se déroulent dans des pièces recouvertes d'écrans, « *l'immersion passe par la simulation d'un monde et l'expérience que le participant fait de cet univers est physique. Dans l'immersion technique, les actions du lecteur/joueur sont performatives. Il agit dans le cadre de la fiction, il est un actant de l'histoire. Ses actions sont diégétiques et il fait partie de l'intrigue.* »¹²⁶ Cette immersion technique fonctionne de façon complémentaire avec l'immersion fictionnelle ou mentale. Dans son article, Sarah Sepulchre reprend les développements de Jean-Marie Schaeffer, qui décrit deux types d'activités du lecteur : la perception et l'imagination. La disparition du médium intervient déjà dans la lecture d'un roman, le lecteur étant davantage concentré sur l'histoire que sur son action lorsqu'il tourne les pages. L'utilisateur mobilisant ses savoirs et ses partis pris, formulant des hypothèses de compréhension, il y a nécessairement porosité entre fiction et non-fiction. Jean-Marie Schaeffer va même plus loin : « *L'auteur n'oppose pas ce qui serait une lecture académique à une lecture fictionnelle (émotionnelle). Selon lui, pour lire un texte de manière critique, nous devons d'abord le comprendre. Or, pour comprendre un récit, nous devons d'abord le vivre, le ressentir, nous immerger. L'immersion fictionnelle est la première étape de la lecture savante.* »¹²⁷

1.7. Bilan : ressorts et fonctions de l'immersion

1. L'immersion : une notion ancrée dans l'histoire, qui embrasse de multiples champs disciplinaires

- Tout d'abord, nous avons noté que derrière le discours de la nouveauté du journalisme immersif en 360° ou en réalité virtuelle résidait **une visée immersive beaucoup plus ancienne, et propre**

¹²⁵ Rose Franck, *The Art of Immersion. How the Digital Generation is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*, New York & Londres, W. W. Norton, 2011, p. 3, in Sepulchre Sarah, « Les constellations narratives. Que font les téléspectateurs des adaptations multimédiatiques des séries télévisées ? », disponible sur tvseries.revues.org, p. 5.

¹²⁶ *Ibid.*, p. 6.

¹²⁷ *Ibid.*, p. 6.

non seulement au champ journalistique mais également à l'art, l'ethnologie ou la sociologie.

- Nous avons par ailleurs montré qu'**immersion fictionnelle et non-fictionnelle ne s'opposaient pas mais fonctionnaient au contraire de manière similaire.** Ce rapprochement se devine déjà dans l'expression *stories* employée par les journalistes aux Etats-Unis pour définir le fait qu'ils ont trouvé une « bonne histoire » à raconter. Plusieurs techniques sont utilisées, de la part de l'auteur, du journaliste ou de l'ethnologue, pour s'immerger eux-mêmes dans l'environnement étudié, notamment le travestissement et l'expérience longue sur le terrain. Ils parviennent à « rendre » la situation décrite grâce à l'abondance de détails concrets qui créent un « effet de réel », la présence de données tangibles et familières renforçant la croyance du lecteur/spectateur. Le récit du journal, du reportage ou du roman raconte le monde, et ce faisant le crée, le constitue, le cristallise en suscitant un « horizon d'attente » chez le récepteur. Le spectateur plonge d'autant plus facilement dans le récit qu'il est touché, ému, entraîné par sa perception, les émotions ressenties.

2. Expérimenter pour comprendre

- **La participation apparaît comme un élément central.** Cette volonté d'impliquer le récepteur existait déjà au théâtre et dans les arts vivants, ou bien dans les récits type « l'histoire dont vous êtes de héros » qui ont fait florès dans les années 80 et 90. Cette dimension est aujourd'hui réinvestie dans les productions en réalité virtuelle et en 360°. Il est intéressant de remarquer que le journalisme immersif est également appelé journalisme expérientiel, comme si, aujourd'hui peut-être encore davantage que par le passé, seul comptait le fait d'avoir vécu une expérience forte (pour pouvoir en témoigner ?).

- Nous soulignons la dimension philosophique, existentielle qui relie immersion et totalité. C'est parce qu'il se trouve au centre d'un univers complet que le spectateur accepte d'entrer dans la fiction, et met en veille ses facultés critiques, pour ensuite opérer une relecture de son expérience. **L'immersion est ainsi productrice de sens, elle est le véhicule de l'intelligibilité du social.**

3. La technique au service de l'immersion

- **L'immersion technique** (de la découverte de la perspective en peinture aux productions actuelles en réalité virtuelle en passant par l'arrivée du train en gare de La Ciotat aux débuts du cinéma) **est complémentaire de l'immersion fictionnelle/mentale.**

Le journalisme immersif se situerait donc au carrefour de cette double immersion, fictionnelle et technique. Plus généralement, on observe toujours plus de dispositifs, d'applis, d'expériences en

réalité virtuelle, qui se fondent sur l'idée de ressentir des sensations intenses, l'émotion renforçant l'effet immersif. Ainsi, le participant peut par exemple ressentir la sensation de voler avec « Birdly »¹²⁸, se sentir dans la peau d'un autre avec « The Machine to be Another »¹²⁹ ou encore visiter une bibliothèque virtuelle avec « La Bibliothèque, la nuit »¹³⁰. Que signifie cette surenchère émotionnelle ? Comment l'interpréter ? Dans bon nombre d'articles portant sur le journalisme immersif, on insiste sur le caractère empathique de l'expérience vécue. Une plus grande immersion, de plus grandes sensations, déclencherait une empathie d'autant plus forte qu'elle inciterait le participant à changer son point de vue sur les choses.

¹²⁸ <https://vimeo.com/91069214>

¹²⁹ http://www.themachinetobeanother.org/?page_id=764

¹³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=Z4QNIurDaNc>

2. Création du réel, identification et croyance : élaboration d'une position au monde et recherche de sens

Nous avons explicité, dans notre première phase de développement, la manière dont l'immersion s'actualisait dans diverses pratiques professionnelles et artistiques, et montré les caractéristiques communes à l'immersion fictionnelle et non-fictionnelle. Deux notions traversent la lecture du texte, qu'il s'agisse d'un article, d'un film ou d'un reportage, qu'Yves Jeanneret nomme « iconicisme » (parti pris de l'image) et « illusionnisme » (expérience sensorielle)¹³¹. C'est bien l'expérience sensorielle qui génère l'émotion du récepteur et fonde sa compréhension, son interprétation de l'objet. L'empathie, l'intuition, la perception sont à l'origine de notre compréhension du monde. L'interprétation passe par l'expérience vécue, elle est même indissociable de l'expérience vécue. Ceci dit, comment analyser la prédominance dans les discours actuels, et plus particulièrement concernant l'objet qui nous intéresse (le journalisme immersif), de la référence à l'empathie, à l'émotion, à l'expérience ? Yves Jeanneret nous met en garde contre la réduction de la culture à sa seule dimension sensorielle ou expérientielle : *« C'est pourquoi nous devons lutter [...] contre la possibilité que tout devienne seulement expérience sensorielle. C'est bien la distance de lecture, cette distance qui constitue le média en support d'un texte (et non simplement simulacre d'un monde), qui préserve notre liberté de l'aliénation, et qui conserve le caractère culturel de notre regard. »*¹³²

Nous nous intéresserons, dans cette seconde partie, à la manière dont l'empathie se manifeste chez le récepteur et tenterons, en nous penchant notamment sur les propos des journalistes et producteurs en journalisme immersif, d'interpréter leur intention affirmée de déclencher l'empathie du participant. Nous ferons le lien entre empathie et réalité/réalité virtuelle. A quel type de réalité avons-nous affaire avec la réalité virtuelle, comment la définir, la circonscrire ? L'appréhension de la réalité se trouve-t-elle modifiée et comment ? L'utilisation des casques de réalité virtuelle entraîne-t-elle une disparition du médium ? Nous nous demanderons quelles sont les implications de ce nouveau dispositif sur la croyance du récepteur, même s'il est difficile de généraliser l'effet produit sur les personnes faisant ce type d'expérience, les pratiques étant encore peu répandues. Nous nous proposons d'étudier le mécanisme de crédulité/incrédulité à l'œuvre dans le récit, qu'il s'agisse d'un roman ou d'une production en journalisme immersif, la place du corps dans l'espace à 360° et les changements opérés dans la perception du temps par le récepteur. Le journalisme immersif développe-t-il une nouvelle

¹³¹ Jeanneret Yves, *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Septentrion Presses Universitaires, 2011, p. 105.

¹³² *Ibid.*, p. 108.

approche de la construction narrative, de la scénarisation ? De quelle façon le participant se rappelle-t-il l'expérience vécue et comment l'interprète-t-il ?

2.1. Empathie, intimité et médias

L'avènement des productions en journalisme immersif, et plus généralement des productions en réalité virtuelle ou filmées à 360°, a été accompagné de discours qui mettent en avant l'empathie suscitée chez les récepteurs.

a. Ressentir pour mieux comprendre

Jake Silverstein, rédacteur en chef du *New York Times Magazine*, explique que « *l'expérience conduit à un sentiment de connexion et d'empathie beaucoup plus forte que dans une vidéo traditionnelle.* »¹³³ Michel Reilhac, auteur de fictions transmédia, évoque lors du festival « I love transmédia » qui s'est tenu en octobre 2015 à la Gaîté Lyrique « *un sentiment d'empathie extrêmement puissant* »¹³⁴. Dans son article consacré au journalisme immersif, Thomas Blachère rapporte que « *l'immersion renforce l'empathie et l'empathie n'est pas l'ennemie de l'information, bien au contraire.* »¹³⁵ Les exemples de déclaration faisant le lien entre immersion et empathie sont innombrables. Ceci dit, le rapport de cause à effet entre immersion et empathie n'est pas abordé, et l'empathie telle que décrite dans les articles parus sur le sujet semble aller de soi. Le mode de fonctionnement propre au journalisme immersif, qui serait en capacité de générer une empathie plus forte qu'à l'accoutumée, n'est pas ou peu explicité, et l'intégration de cette dimension présentée comme nouvelle aux pratiques journalistiques n'est pas ou peu interrogée. Le discours d'escorte apparaît ainsi comme la cristallisation d'allants de soi partagés, connoté positivement par les valeurs euphoriques auxquelles il a recours (connotation positive du progrès technologique *versus* connotation négative attachée aux anciens médias). Il s'agit d'un discours performatif, la description des modalités du journalisme immersif étant auto-réalisatrice : affirmer l'existence de l'empathie naturalise en quelque sorte l'effet produit, et induit l'action décrite. Le suffixe adjectival « if » d'immersif répète linguistiquement cette apparente évidence, comme s'il suffisait de dire l'immersion pour qu'elle s'actualise, ou de dire l'empathie pour qu'elle se produise. Nous nous emploierons donc à analyser le lien entre empathie et médias (radio, télévision, journalisme immersif) sous les manifestations des discours qui par leur caractère figé, univoque, peuvent passer sous silence

¹³³ Article d'Anaïs Moutot « Réalité virtuelle : une nouvelle forme de storytelling pour les médias » 12 mars 2016, [LesEchos.fr : http://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/021762078426-une-nouvelle-forme-de-storytelling-pour-les-medias-1206524.php](http://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/021762078426-une-nouvelle-forme-de-storytelling-pour-les-medias-1206524.php)

¹³⁴ Article « La réalité virtuelle : nouveau média ? nouvel eldorado ? nouveau sens ? », 4 octobre 2015, [myfrenchmarketing.com : http://www.myfrenchmarketing.com/la-realite-virtuelle-nouveau-media-nouvel-eldorado-nouveau-sens/](http://www.myfrenchmarketing.com/la-realite-virtuelle-nouveau-media-nouvel-eldorado-nouveau-sens/)

¹³⁵ Article de Thomas Blachère « La réalité virtuelle va-t-elle révolutionner le journalisme ? », 24 juin 2015, [citizenside.com : http://blog.citizenside.com/2015/06/la-realite-virtuelle-va-t-elle-revolutionner-le-journalisme/](http://blog.citizenside.com/2015/06/la-realite-virtuelle-va-t-elle-revolutionner-le-journalisme/)

certaines interrogations.

b. Empathie et pratique journalistique

Tout d'abord, l'empathie spectatorielle n'est pas un phénomène nouveau dans l'univers des médias. La revue *Réseaux* s'est attachée, dans le n°70 « Médias, identité, culture des sentiments » (1995) à étudier la dimension émotionnelle en se fondant sur divers matériaux (notamment les lettres des auditeurs ou spectateurs) représentatifs de l'expérience intime vécue et de la manifestation des mœurs à telle ou telle époque. Dans son article « Chère Menie... Emotions et engagements de l'auditeur de Menie Grégoire », Dominique Cardon s'intéresse à la réception du premier programme de confession radiophonique français qu'anima Menie Grégoire de 1967 à 1981 sur l'antenne de *RTL*. L'expression des épreuves traversées, de la souffrance endurée par les témoins déclenche l'empathie des auditeurs, exacerbée par l'*effet de présence* propre à la médiation radiophonique. L'auditeur est en position d'interaction active avec l'émission, il se reconnaît dans la parole de l'appelant et peut être incité à témoigner à son tour ou à se livrer par l'intermédiaire de lettres envoyées à la rédaction. L'émission fonctionne suivant une logique de consolation, de compréhension. Dominique Cardon se situe dans une perspective sociologique, replaçant l'émission dans le contexte d'un affaiblissement des contrôles extérieurs (parenté, Eglise, traditions : changement dans les liens familiaux, séparation de la procréation et de la sexualité, essor de la psychologie et des attentes en termes de dialogue, d'expression des sentiments). Les courriers des auditeurs reflètent ainsi une nouvelle éthique, une redéfinition des normes. La même logique caractérise l'approche de Sandrine Sui qui dans l'article « La foule sentimentale. Récit amoureux, média et réflexivité » s'intéresse à l'émission « Lovin'Fun » sur *Fun Radio* dans laquelle Doc et Difoool conseillaient leurs auditeurs, adolescents ou jeunes adultes, sur des sujets en lien avec la sexualité, les rapports familiaux, les relations amoureuses. « L'affect télévisuel » est également étudié dans l'article¹³⁶ éponyme de Philippe Marion, qui décrypte les ressorts émotionnels du traitement journalistique de la mort du roi Baudouin en Belgique. La représentation télévisuelle et l'empathie spectatorielle suscitées sont considérées sous l'angle du récit médiatique. La spécificité du média télévisuel, sa « force d'attraction », ses possibilités techniques apportent une couleur particulière à l'émotion. Ainsi, la retransmission en direct induit un lien de contemporanéité entre le média et le spectateur qui découvre les images devant son poste de télévision. Le micro-trottoir permet la mise en scène apparemment spontanée d'acteurs réels, dont l'évocation des faits sur le registre émotif suscite à son tour l'émotion du spectateur, la démultiplication des témoignages accroissant encore l'effet produit. Par le rendu quasi documentaire de l'émotion ressentie par les témoins, le micro-trottoir apporte en outre un crédit, un supplément de réel à l'histoire. Les commentaires des journalistes, également emprunts d'émotion, affectent derechef le public.

¹³⁶ Marion Philippe, « L'affect télévisuel. Les funérailles du roi Baudouin », revue *Hermès*, 1994, n°13-14, p. 315-332.

L'événement en soi est par ailleurs particulièrement porteur, puisqu'il présente un potentiel émotionnel intrinsèque. La vague d'émoi touche une population qui voit dans le roi une figure mythique, paternelle, éternelle. Les téléspectateurs sont ainsi en deuil après la mort d'un roi-père, valeur rassurante et symbole de l'unité du pays. Le recours aux photos, aux vidéos d'archives, réactualise tragiquement la présence du disparu, tandis que les témoignages de personnes saisies dans la foule glosent l'omniprésence de l'émotion. Enfin, dire l'émotion passe aussi par le choix de la musique qui accompagne les images, et par les voix *off* qui assurent le lien narratif. L'effet d'authenticité est ainsi construit sur le mode énonciatif, autrement dit sur « l'épaisseur fictionnelle » de la représentation.

c. Immersion et empathie

En quoi l'immersion constituerait-elle une porte d'entrée vers l'empathie ? Théodore Lipps a proposé au XIX^e siècle un concept d'empathie qui prendrait en compte le corps et la sensori-motricité. Pour Maurice Merleau-Ponty, « *Le jugement est souvent introduit comme ce qui manque à la sensation pour rendre possible une perception. [...] La perception est un jugement, mais qui ignore ses raisons.* »¹³⁷ Ainsi derrière toute perception réside une intention. Le caractère *a priori* brut de la sensation n'est qu'une reconstitution de la pensée. Dès lors, l'empathie pourrait être entendue comme une intentionnalité, un jugement positif. La perception différant d'un individu à l'autre, elle est conditionnée par ce qui fait la singularité de l'individu : « *Si je connais la relation des apparences à la situation kinesthésique, ce n'est donc pas par une loi ou dans une formule, mais en tant que j'ai un corps et que je suis par ce corps en prise sur un monde.* »¹³⁸ L'empathie est ainsi le fruit d'une subjectivation. Chacun s'approprie en effet les événements, vit les expériences en s'en donnant une représentation personnelle. Serge Tisseron définit l'empathie comme le fait de s'identifier à quelqu'un du point de vue de ce qu'il ressent, comme « *la compréhension des états mentaux, et pas seulement émotionnels, de l'autre, la reconnaissance de ses droits, la capacité d'accepter que l'autre puisse m'informer sur moi-même de choses que j'ignore.* »¹³⁹ La perception singulière fonde notre représentation du réel. Pour le psychanalyste, la réalité virtuelle est improprement appelée virtuelle en ce sens qu'elle est, comme la « réalité réelle », mise au service de représentations personnelles. Ainsi je ne tiens ma perception pour réelle que parce que je cautionne cette réalité. En acceptant la réalité de l'autre grâce au processus d'identification, j'accepte donc de changer de point de vue sur les choses. Ceci dit, l'adhésion du récepteur à ce qu'il tient pour réel n'explique pas à elle seule le fonctionnement de l'empathie. L'équipe de Giacomo Rizzolatti, directeur du département de neurosciences de la faculté de Parme, a identifié dans les années 1990 le rôle des « neurones miroirs ». Ces neurones du cerveau sont activés lorsqu'un individu produit une action et lorsqu'il observe ou imagine un autre individu exécuter une action similaire. Ces neurones joueraient un rôle dans la cognition sociale, notamment dans l'apprentissage

¹³⁷ Merleau-Ponty Maurice, *Phénoménologie de la perception*, Tel Gallimard, 1945, p.56 et 67.

¹³⁸ *Ibid.*, p. 356.

¹³⁹ Tisseron Serge, *Subjectivation et empathie dans les mondes numériques*, Dunod, 2013, p. 9.

par imitation, mais aussi dans les processus affectifs tels que l'empathie. Cette découverte permet de mieux comprendre notre capacité à percevoir les émotions d'autrui et à les ressentir à notre tour, et de mieux appréhender les phénomènes de contagion émotionnelle. Dans sa conférence « Les neurosciences qui ont formé la civilisation » (janvier 2010), le docteur Ramachandran les a surnommés « neurones de Gandhi ». La mise en évidence du rôle de l'imitation dans la naissance du sentiment empathique nous permet de mieux saisir le processus à l'œuvre : la représentation de ce que vit l'autre passe par la reconstitution mentale de ce que peut être son ressenti, et c'est cette représentation qui définit notre positionnement au sein de la communauté, notre « être au monde ». Les exemples donnés précédemment d'émissions de télévision, de radio, et plus généralement de traitement de l'information sur le registre de l'intime, du compassionnel, ont à voir avec la réciprocité de l'empathie. Pour Serge Tisseron, l'intimité apparaît comme le versant de la visibilité¹⁴⁰. Dévoiler son intimité, c'est se donner à voir, se montrer pour exister. Ce dernier propose une définition de l'intimité d'un point de vue dynamique, comme le « processus par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validés. »¹⁴¹ Se montrer, c'est attendre d'autrui un jugement sur soi dont on tiendra compte dans la définition de notre identité. « Le lien d'expression et de validation de l'intime, du compassionnel, ont à voir avec la réciprocité de l'empathie. Pour Serge Tisseron, l'intimité mutuelle qui s'ensuit définit même la forme la plus complète d'empathie. »¹⁴²

En quoi les émotions induites par les nouveaux médias, et plus particulièrement la réalité virtuelle et les images en 360°, diffèrent-elles des événements de la vie quotidienne, et des expériences produites par les « anciens médias » ? Les nouveaux outils du monde virtuel conduisent-ils à une perception, à une représentation visuelle autre ? Le rôle du corps dans les expériences de journalisme immersif apparaît en effet comme prédominant, l'emportant peut-être même sur celui tenu par le langage. Comme nous l'avons vu, l'idée avec ce nouveau format est de déclencher des perceptions, des émotions plus fortes de manière à ressentir une empathie plus directe grâce au casque de réalité virtuelle, medium dont on pourrait plus facilement oublier la présence et qui aurait pour corollaire une sorte de transparence de la conscience, un accès immédiat à l'environnement dans lequel le participant est amené à circuler. Le journalisme immersif ne serait-il pas alors une forme renouvelée de *long read* ? Pour Raphaël Beaugrand, « la réalité virtuelle se rapproche de la panacée du journaliste : montrer ce qu'il voit et ce qu'il ressent. [...] Une partie de ce que cela vous apporte, en plus de l'empathie et de la compassion, est le rapport à l'échelle, le sentiment que vous êtes vraiment à cet endroit. Je pense que c'est un medium qui peut enlever le filtre du journalisme, et laisser les gens être les témoins de leur

¹⁴⁰ Tisseron Serge, article « Intimité et extimité », in Communications, 88, 2011, « Cultures du numérique », numéro dirigé par Antonio A. Casilli, pp. 83-91.

¹⁴¹ *Ibid.*, p. 84.

¹⁴² *Ibid.*, p. 86.

propre histoire. »¹⁴³ La présence à l'autre apparaît en effet plus aiguë dans les productions en réalité virtuelle ou en 360°, mais la réalité, certes tenue pour vraie par le participant, ne reste-t-elle pas là encore une reconstitution, le rendu du travail de scénarisation ?

2.2. Réalité, vérité et virtualité

Avant d'entrer dans une réflexion théorique et empirique sur la réalité virtuelle et d'étudier en quoi les dispositifs développés pourraient changer la donne (du point de vue des récepteurs, producteurs, journalistes...), il nous semble indispensable d'opérer un retour en arrière par les « anciens » médias, en nous appuyant sur l'article de François Jost : « Que signifie parler de "réalité" à la télévision ? »¹⁴⁴. Comment les récepteurs créent-ils du sens à partir de ce qu'ils voient à la télévision ? Quels sont leurs critères d'attribution du « vrai » ? Comment font-ils la part des choses entre l'entrée dans l'univers proposé, les émotions ressenties, et le degré de légitimité, de crédit qu'ils accordent aux émissions visionnées ? Dans sa présentation de la revue *Télévision* consacrée à la représentation de la réalité à la télévision, François Jost rappelle que l'objectif de rendu du réel n'est pas propre à la télévision (les arts partagent également cette visée), et qu'il existe différents moyens de restituer le réel : « *Les genres du réel – direct, reportage, documentaire, etc. – reposent tous, bien évidemment, sur la promesse de nous montrer quelque chose de la réalité, mais à des titres divers. Certains considèrent que la réalité se trouve à la surface du monde, dans son enveloppe visible, d'autres prétendent au contraire atteindre son intelligibilité. Seule l'analyse révèle sur quelle vision de la réalité ils se fondent.* »¹⁴⁵

a. La technique au service de la restitution du réel

Sur le plan formel, les moyens techniques utilisés participent de l'effet recherché (même s'ils ne déterminent pas à eux seuls la capacité à retranscrire le réel). Dans son article intitulé « Quand les téléspectateurs découvraient la télévision-vérité : les réceptions d'un "jeu de société" télévisé »¹⁴⁶, Géraldine Poels évoque le « cinéma-vérité » qui s'est développé en réaction aux films spectaculaires du cinéma hollywoodien. L'auteur cite deux innovations techniques qui ambitionnaient d'appréhender le réel plus directement : l'arrivée du Nagra (1950) qui a rendu possible la synchronisation de la prise de son et la caméra portative 16 mm Eclair-Coutant (1960), qui a permis de filmer en extérieur, caméra à l'épaule. Au-delà du matériel technique, le recours à certains dispositifs de réalisation participe également de l'effet produit. En 2010, TF1 a ainsi proposé un reportage sur la fréquentation des stations de sports d'hiver. D'une durée d'une minute 15 secondes environ, le sujet a été tourné en plan-

¹⁴³ Cité dans l'article de Thomas Blachère « La réalité virtuelle va-t-elle révolutionner le journalisme ? », 24 juin 2015, [citizenside.com](http://blog.citizenside.com/2015/06/la-realite-virtuelle-va-t-elle-revolutionner-le-journalisme/) : <http://blog.citizenside.com/2015/06/la-realite-virtuelle-va-t-elle-revolutionner-le-journalisme/>

¹⁴⁴ Jost François, « Que signifie parler de « réalité » à la télévision ? », in revue *Télévision*.

¹⁴⁵ *Ibid.*, p. 9.

¹⁴⁶ *Ibid.*, p. 32.

séquence, contrairement aux usages habituels où les différents rushs sont montés après tournage. Le reportage a été scénarisé, et il a été demandé aux personnes interviewées de rejouer la séquence. Pour Arnaud Mercier, professeur d'information et communication à l'université Paul Verlaine de Metz, cette approche procède d'un « effacement du journaliste », de sorte que les téléspectateurs aient un accès immédiat aux images, sans passer par le regard que le journaliste porte sur les événements, davantage perceptible dans le cas du montage des différentes séquences¹⁴⁷. La scénarisation, le détour par la fiction sont également garants de l'authenticité du résultat. Cette ambivalence est le signe d'une porosité entre réel et fiction, voire d'une complémentarité. La reconstitution du réel par la fictionnalisation est en effet couplée à la dissémination d'« indices » à destination du récepteur, qui lui permettent de déterminer le statut de l'énonciateur et les intentions des auteurs et producteurs. La dénomination des genres télévisuels joue dans son appréciation, même si elle n'induit pas pour autant que le téléspectateur s'en laisse compter. Les termes de « télévision-vérité », « cinéma-vérité », « reportage », « enquête sociologique » indiquent néanmoins dans quel cadre s'inscrivent les images visionnées. Le caractère auto-référentiel des expressions « télé-réalité » ou « reality show » oriente ainsi la vision du récepteur et crée des attentes : comment la télé-réalité pourrait-elle référer à autre chose qu'à la réalité ?

b. Le journaliste comme témoin et garant de la vérité

Pour François Jost¹⁴⁸, les genres télévisuels peuvent être interprétés en fonction de trois modes : réel, fictif et ludique, qui contiennent différentes promesses et suscitent différentes attitudes face au réel. La promesse ontologique est de nature sémiotique : l'image est une empreinte, un indice de l'authenticité du propos. La restitution se fait grâce à des procédés techniques type retransmission en direct ou encore caméra cachée, dispositifs qui tendent à faire croire que les images n'ont pas subi de traitement *a posteriori*, et font passer l'idée d'une annulation de la subjectivité de celui qui les a prises. La promesse de témoignage est une promesse oculaire fondée sur la sincérité de l'émetteur et sur sa mémoire des faits. Le journaliste présent sur les lieux atteste de la véracité des faits. Son regard permet de mettre en ordre la réalité et par la même de la rendre intelligible. La reconstitution est le troisième mode de rendu du réel défini par François Jost, qui consiste à « rejouer » le réel. Le but est de donner une idée de la réalité des comportements pour expliquer l'enchaînement des faits, comme avec l'utilisation d'images de synthèse qui recréent telle ou telle scène. Enfin, l'invention relève du documentaire-fiction, qui voit le réel comme une réalité subjective. Il s'agit de documents à valeur de vérité, par ailleurs ancrés dans la fiction. Toutes ces approches visent à retranscrire le monde sensible

¹⁴⁷ Article de Jérôme Bouin du 5 janvier 2010 paru dans *Le Figaro Médias* : <http://www.lefigaro.fr/medias/2010/01/05/04002-20100105ARTFIG00705-tf1-invente-le-reportage-en-plan-sequence-.php>

¹⁴⁸ *Ibid.*, p.21.

et à le rendre intelligible. Nous verrons dans la troisième partie de notre développement sur quels modes d'expression du réel se fonde le journalisme immersif.

Ainsi la différence entre la réalité et la fiction se situe dans le positionnement du document auquel nous avons à faire : « *Les énoncés de réalité font sérieusement référence, alors que les énoncés de fiction feignent de faire référence.* »¹⁴⁹ Mais ni la nature du document ni son mode de référence au réel ne présagent de sa capacité à mimer le réel : « *Que les énoncés de réalité renvoient au monde réel ne dit rien de leur conformité au monde, cela ne signifie seulement que, en l'occurrence, ils tentent de s'ajuster au monde, leur direction d'ajustement va du monde vers le discours. Sans le renvoi au monde réel, les informations télévisées ne se distingueraient pas d'un roman ou d'une telenovela.* »¹⁵⁰

c. La réalité comme objectivation du réel

Dès lors, si tout reportage est construction, comment parvenir à définir ce qui est réel ? Pour Karl Popper, « *le réalisme est une position métaphysique non démontrable, non réfutable, mais qui est nécessaire à la méthodologie.* »¹⁵¹ Ainsi, considérer que le réel n'est que construction équivaldrait à annuler toute idée de réalité. Or l'appréhension du réel, comme nous l'avons montré en première partie, se fait par la perception, l'émotion, et c'est finalement notre interprétation, notre intellection qui fondent le réel comme objet de connaissance et de savoir. Comme le rappelle François Jost citant Lacan : « *Le réel, c'est quand on se cogne* ». Réfuter la véracité de notre perception du réel aurait donc pour corollaire l'impossibilité de dégager du sens, de comprendre le monde. Pour le récepteur, la réalité (brute, non pas dans le cadre d'une émission télévisuelle) est d'emblée objectivée. Peter Berger et Thomas Luckmann proposent, dans « *La construction sociale de la réalité* », deux définitions de la réalité et de la connaissance. La réalité serait la « *qualité appartenant à des phénomènes que nous reconnaissons comme ayant une existence indépendamment de notre propre volonté* », et la connaissance « *la certitude que les phénomènes sont réels et qu'ils possèdent des caractéristiques spécifiques.* »¹⁵² Mais la détermination de ce que l'on tient pour réalité varie en fonction de la subjectivité de chacun, et en fonction des contextes sociaux et culturels. La « *sociologie de la connaissance* » part donc d'une construction sociale de la réalité. La représentation de la réalité est acquise par une société donnée, et approuvée par la communauté. Tel fait de société sera perçu différemment depuis le prisme français, américain, chinois, brésilien, etc. Le réel ne peut donc s'appréhender directement : c'est la conscience que nous en avons qui l'actualise. Cette conscience de la réalité se joue sur le plan symbolique, dont le langage est l'exemple par excellence. Au récepteur de faire le tri entre ce qui lui semble pertinent, ce qu'il intègre à sa vision de la réalité ou non. La

¹⁴⁹ *Ibid.*, p. 18.

¹⁵⁰ *Ibid.*, p. 18

¹⁵¹ *Ibid.*, p. 17.

¹⁵² Berger Peter et Luckmann Thomas, *La construction sociale de la réalité*, Armand Colin, 2014, p. 39.

problématique du réel dans les médias réside donc dans l'évaluation du degré de pertinence des images. Plus la reconstruction, notamment technique, est patente, plus le questionnement quant à l'acceptation de la véracité des images apparaît difficile.

Le journalisme immersif se situe pleinement dans cette interrogation, avec une distinction qu'il faut toutefois faire entre réalité virtuelle et images en 360°. Les images en 360°, si elles procèdent d'une innovation technique permettant une reconstruction totale de la scène, restent des images « réelles ». La réalité virtuelle, qui opère une reconstruction par le truchement de l'ordinateur, pourrait alors accroître le doute du spectateur, l'amener à davantage interroger ce qu'il voit.

d. La réalité virtuelle comme constitutive du réel

Ainsi la réalité virtuelle pourrait pâtir du soupçon de reconstruction de réalité qui la caractérise. Or, dans « Qu'est-ce que le virtuel ? » Pierre Lévy pose que « *le virtuel, rigoureusement défini, n'a que peu d'affinités avec le faux, l'illusoire ou l'imaginaire. Le virtuel n'est pas du tout opposé au réel. C'est au contraire un mode d'être fécond et puissant, qui donne du jeu au processus de création, ouvre des avenir, creuse des puits de sens sous la platitude de la présence physique immédiate.* »¹⁵³ Le virtuel est donc une forme de réalité. En philosophie scolastique, il ne s'oppose pas au réel mais à l'actuel, tandis que le possible est une éventualité, un réel en puissance auquel il ne manque que l'existence. Rien ne s'oppose à ce que la réalité virtuelle, au même titre que les plans séquence, la caméra cachée, les images de synthèse, représente le réel. La confusion dont elle pourrait faire les frais provient donc avant tout d'une subtilité de langage. Tout comme dans le cas du reportage télévisuel, ce sont l'intentionnalité décelée par le récepteur et la spécificité de sa lecture qui forgent sa perception. « *Dès que la subjectivité, la signification et la pertinence entrent en jeu, on ne peut plus considérer une seule étendue ou une chronologie uniforme, mais une multitude de types de spatialité et de durée.* »¹⁵⁴ Le spectateur ne cesse alors de faire des va-et-vient entre une vision de l'intérieur et une vision de l'extérieur du reportage en réalité virtuelle. La différence se situe du point de vue de la perception : « *Grâce aux appareils photos, aux caméras et aux magnétophones, nous pouvons percevoir la sensation de quelqu'un d'autre, en un autre moment et en un autre lieu. Les systèmes dits de réalité virtuelle nous permettent d'expérimenter de plus une intégration dynamique de différentes modalités perceptives. Nous pouvons presque revivre l'expérience sensorielle complète de quelqu'un d'autre.* »¹⁵⁵ Le terme « presque » nous semble tout particulièrement important dans cette citation de Pierre Lévy. Ce « presque » n'est-il pas justement l'interstice à travers lequel se loge le doute ? Quoi qu'il en soit, c'est bien la lecture/relecture du récepteur qui délimite sa vision du réel : « *Le psychisme, par*

¹⁵³ Lévy Pierre, *Qu'est-ce que le virtuel ?*, Editions La Découverte, Sciences et Société, 1995, p. 10.

¹⁵⁴ *Ibid.*, p. 19.

¹⁵⁵ *Ibid.*, p. 26.

*construction, transforme l'extérieur en intérieur (le dedans est un pli du dehors) et vice versa, puisque le monde perçu est toujours déjà plongé dans l'élément de l'affect. »*¹⁵⁶ La question sera donc de savoir si l'expérience sensorielle « augmentée » proposée par le journalisme immersif impacte le décryptage du participant. Ce faisant, nous nous éloignons des théories de Paul Virilio et Jean Baudrillard, qui voient dans le développement des techniques multimédias l'extension généralisée du « *simulacre* », « *le règne intégral de la "déréalisation".* »¹⁵⁷ La manipulation visuelle peut bien sûr exister en journalisme immersif, mais rien ne dit que ce nouveau format, qui permet de nouvelles possibilités de rendu visuel grâce à l'innovation technique, entraîne une manipulation systématique du public. C'est au contraire la capacité critique du spectateur qui demeure fondamentale, son souci de déceler dans ce qu'il voit des indications qui nourriront son incrédulité : « *Pour François Jost, la réflexivité du spectateur n'intervient de façon directe, durant la projection, que lorsque ce dernier est susceptible d'apprécier un procédé cinématographique (un mouvement de caméra, un raccord qu'il observera comme on apprécie la touche d'un peintre).* »¹⁵⁸

Si la perfection technique compte bien sûr dans le rendu du réel, ce sont surtout la crédulité ou l'incrédulité du spectateur qui jouent un rôle clé dans le processus d'attribution du caractère réel de ce qu'il voit.

2.3. Crédulité et incrédulité du spectateur

Afin d'aborder la question de la crédulité/incrédulité du téléspectateur ou de l'internaute, il nous semble utile de revenir sur ce qui fonde cette notion en littérature. Des similitudes existent en effet entre les rapports lecteur/auteur et spectateur/journaliste ou spectateur/producteur.

a. Le pacte de lecture

Dans « *Lector in fabula* », Umberto Eco voit le texte comme « *une chaîne d'artifices expressifs qui doivent être actualisés par le destinataire.* »¹⁵⁹ Lors de la génération d'un texte, l'auteur élabore une stratégie, une représentation de ce que sera la réception du lecteur, tout comme un journaliste anticipe, lorsqu'il construit son reportage, la réception du spectateur. Ainsi la notion de « Lecteur Modèle » développée par Umberto Eco peut s'appliquer au sujet télévisé. Tout comme le lecteur, le spectateur se situe dans un « horizon d'attente » vis-à-vis des images, il formule des hypothèses, fait des pronostics durant le visionnage et après le visionnage, pronostics qui seront confirmés ou infirmés par

¹⁵⁶ *Ibid.*, p. 106.

¹⁵⁷ Rigaut Paul, *Au-delà du virtuel*, L'Harmattan, 2001, p. 140.

¹⁵⁸ Article « *Split screen 2.0. Croisements narratifs et partages réflexifs des séries télévisées aux jeux vidéo* » d'Olivier Zerbib paru dans le n°5 de la revue *Télévision*, CNRS Editions, 2014, p. 66.

¹⁵⁹ Eco Umberto, *Lector in fabula*, Le Livre de Poche, Biblio Essais, 1985, p. 61.

son jugement. De même, la notion de « pacte de lecture » nous paraît convenir au domaine télévisuel ou cinématographique. « *La lecture d'un texte de fiction présuppose, en effet, la souscription à un pacte de lecture qui reconnaît la coupure qui sépare le monde du texte du monde réel. Cela se traduit par la "suspension de l'incrédulité", expression qui veut souligner qu'en lisant les textes de fiction on ne s'attendra pas à avoir une correspondance stricte entre les faits décrits par la fiction et le monde de l'expérience.* »¹⁶⁰ La frontière entre réalité et fiction étant labile, il nous apparaît pertinent d'appliquer l'idée d'un pacte de lecture au domaine du journalisme. L'effet de réel est en effet produit par la désignation, la référentialité. Nous nous proposons de transposer la réflexion de Lorenzo Bonoli concernant le texte scientifique au domaine journalistique. Pour l'auteur, « *plus qu'une copie du réel, le texte [scientifique] apparaît comme un lieu d'articulation entre une réalité externe observée et des contraintes linguistiques, conceptuelles et méthodologiques propres aux différentes disciplines.* »¹⁶¹ De la même manière, le reportage vise la retranscription du réel tout en tenant compte des contraintes techniques et contextuelles, ainsi que du parti pris de réalisation. Lorenzo Bonoli ajoute qu'il s'agit moins pour le texte de représenter que de *présenter* le réel. Il n'y a pas mimétisme entre le réel et sa reconstruction : la forme du texte présente le réel sous une forme intelligible. Ainsi les questionnements du récepteur sur la forme du texte ou du reportage reviennent à interroger la légitimité de la forme à rendre le réel intelligible. Dès lors, nous pourrions croire qu'un reportage visiblement construit (choix de montage, voix off, scénarisation du propos) susciterait d'emblée la méfiance du spectateur, tandis des images perçues comme « brutes » entraîneraient son adhésion. Cela ne va en fait pas de soi, comme le montre Laurent Dupont, psychanalyste, dans l'article « Aux larmes citoyens »¹⁶².

b. Des faits « bruts » sous le sceau du soupçon

L'auteur propose une comparaison entre trois reportages et une vidéo d'une scène prise « sur le vif ». Les trois reportages sont mis en scène, tandis que la vidéo est le pur fruit d'une contingence. « La route de la Kalachnikov » a été diffusé lundi 4 janvier 2016 dans « Spécial Investigation » sur Canal +. Il y est question des filières du trafic d'armes entre la Croatie et la France. La journaliste, Vanina Kanban, est présente à l'écran. On la voit interroger les parties prenantes (de dangereux trafiquants d'armes, un responsable politique français, des policiers douaniers). Vanina Kanban joue donc le rôle de fil rouge, c'est par son entremise que les téléspectateurs ont accès aux informations. La mise en scène est repérée par les spectateurs, qui apprécient ou au contraire critiquent cette approche. On trouve sur Twitter les commentaires suivants : « *La journaliste de #Specialinvestigation c'est un sketch ! Quand l'égo prend le dessus sur le journalisme, la qualité globale y perd, dommage* » ; « *#Specialinvestigation*

¹⁶⁰ Article « Ecritures de la réalité » de Lorenzo Bonoli, in revue *Poétique* n° 137, 2004, pages 19 à 34.

¹⁶¹ *Ibid.*

¹⁶² Article « Aux larmes citoyens » de Laurent Dupont publié dans [lacanquotidien.fr](http://www.lacanquotidien.fr), N°561, 28 janvier 2016 : <http://www.lacanquotidien.fr/blog/wp-content/uploads/2016/01/LQ-561.pdf>

heureusement que les journalistes font le boulot ! Bravo à Vanina Kanban ». Le deuxième exemple étudié par Laurent Dupont est le documentaire « Attentats : au cœur du pouvoir » réalisé par Antoine Vitrine et Bruno Dive, diffusé lundi 4 janvier 2016 sur France 3. Cette fois, les journalistes ne font pas partie de la scénarisation. Ils disparaissent derrière la caméra : « [...] *#AuCœurDuPouvoir est d'une authenticité incroyable, sans aucun filtre. Eclairage bouleversant* ». Cependant les témoins voient la caméra ; sa présence est détectable aux regards des hommes politiques qui apparaissent à l'écran. L'impression n'est toutefois pas celle d'un reportage mis en scène : « *#AuCœurDuPouvoir laisse une drôle d'impression. Voir si vite et de manière assumée le jeu politique en cours rend perplexe* ». Le fait de voir ce qui est habituellement dissimulé est salué. Le troisième documentaire : « Engrenages : la France face au terrorisme » a été réalisé par Clarisse Feletin et diffusé sur France 5 le 6 janvier 2016. Comme dans l'exemple précédent, la réalisatrice n'apparaît pas à l'image. Quatre jeunes étant partis ou ayant voulu partir en Syrie témoignent, et trois « experts » (un responsable de centre de déradicalisation, un sociologue, un imam et théologien) décryptent. Le spectateur est ainsi invité à intégrer de nouvelles informations à son univers de référence, ce qui peut s'avérer difficile compte tenu du sujet abordé : « *@France5tv dès que j'ai entendu ce jeune dire "ouais il a tué des gosses, bah c'est un frère quand même etc." j'ai quitté France 5 !* ». D'autres retours soulignent l'apport du documentaire : « *@France5tv Ce document devrait impérativement passer sur les chaînes en prime time. Merci Clarisse Feletin.* »

A ces trois exemples d'images « travaillées » l'auteur oppose la vidéo de Barack Obama en larmes alors qu'il présente son plan de restriction d'accès aux armes aux Etats-Unis le 5 janvier 2016. Aucun effet de mise en scène n'est apparent. La caméra est fixe, enregistrant les propos du président américain. L'évocation des récentes tueries de masse déclenche l'émotion de Barack Obama : « *Everytime I think about those kids, it gets me mad* ». Aucun effet particulier de réalisation n'est à noter, mis à part un léger zoom. Or les commentaires, collectés par Laurent Dupont sur YouTube et les sites du *Monde*, *L'Obs* et *20minutes*, montrent qu'un grand nombre de spectateurs ne croit pas à l'authenticité de la scène. L'auteur en déduit que « *dans les trois premiers cas les réactions nous montrent que le fond est très peu interrogé, la question de la vérité ne se pose pas. Ce qui fait question, c'est la forme en tant qu'elle produit un effet dans le corps. Dans le dernier cas, alors que nous ne sommes pas dans le cadre d'un documentaire, mais d'une image reposant sur un hasard, et à laquelle on devrait nous faire adhérer plus facilement, c'est le contraire qui se produit. Les commentateurs n'y croient pas. "Actor studio" disent les uns ; "politicien au travail", disent les autres.* »¹⁶³ Ainsi, lorsqu'il y a mise en scène c'est la question de la forme qui est mise en exergue, et non celle du fond, tandis qu'une image non mise en scène suscite la méfiance, voire le rejet. Pour le psychanalyste, les spectateurs savent qu'information et communication sont mêlées. Ils utilisent leur grille d'analyse pour évaluer le degré de véracité de ce qu'ils voient. La suspension de l'incrédulité est activée pour des

¹⁶³ *Ibid.*, p. 3.

reportages dont on sent/voit qu'ils sont scénarisés, comme si les caractéristiques du genre étaient pleinement acceptées et intégrées. Le spectateur, dans les trois premiers cas, « joue le jeu » de la restitution du réel. A l'inverse, il doute d'une image présentée comme « brute », non retravaillée, non montée, sans effet de réalisation, comme si aucune image télévisuelle n'était *a priori* plus crédible.

c. La validité de la parole journalistique remise en question

Ce doute quant aux images diffusées par la télévision est emblématique d'une défiance plus générale vis-à-vis de la télévision elle-même en tant qu'organe émetteur. Le *live* diffusé la nuit du 3 au 4 avril 2016 par Rémy Buisine, community-manager, sur l'application Périoscope illustre ce positionnement des récepteurs. 80 000 personnes ont suivi le live #NuitDebout qui faisait état de la mobilisation contre la loi travail place de la République à Paris. Plus qu'une alternative médiatique, l'initiative a été perçue comme une manière plus probante de retranscrire les événements, et ce pour plusieurs raisons. Pour Damien Douani, qui a traité du sujet dans *L'Obs*, « *Le direct apporte une véracité supplémentaire : pas de manip' possible, c'est sans filet et sans montage ! Sans pour autant tomber dans le complotisme primaire, c'est un support qui concourt à cette fameuse "vérité" que la société demande aujourd'hui.* »¹⁶⁴ Dans son *live*, Rémy Buisine maintient par ailleurs l'attention des spectateurs en commentant les images tout au long de la retransmission, rappelant qu'il est en direct. Damien Douani estime qu'il ne s'agit pas de journalisme : « *Il radiofilme l'événement, on pourrait dire qu'il le couvre, mais ce n'est pas le cas. Il est plutôt témoin de la situation : son activité n'est pas professionnelle, son matériel non plus. [...] Il choisit simplement de montrer ce qu'il voit, et d'échanger avec ceux qui le veulent.* » Certes, ne n'est pas en tant que journaliste que Rémy Buisine diffuse les images. Mais ce n'est pas un problème pour ceux qui suivent le live, au contraire. Un internaute commente : « *bravo, les reportages sont vraiment de qualité.* »¹⁶⁵ Par ailleurs, cette revendication de ne montrer le réel, rien que le réel, n'est-elle pas ce qui fait justement la spécificité du journalisme, sa raison d'être ? La qualité visuelle des images n'est pas forcément ce qui importe le plus aux récepteurs. Comme le souligne Damien Douani, les mêmes reproches ont été faits à YouTube à ses débuts, ce qui n'a pas empêché la plateforme de rencontrer le succès qu'on lui connaît. « *Dans les commentaires, on fustige les médias, on se moque des chaînes d'information en continu jugées loin de la réalité de la rue. On invite à suivre les médias alternatifs. "Même les journalistes d'I-Télé son jaloux", lit-on dans les réactions. "Le traitement dans les médias est lamentable, continue ton live !", juge-t-on. "Les médias n'ont pas encore saisi le truc", renchérit un homme interviewé par Rémy Buisine.* »¹⁶⁶

¹⁶⁴ Article de Damien Douani dans *L'Obs*, 5 avril 2016 : <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1503048-nuitdebout-rassemble-80-000-personnes-sur-periscope-les-4-ingredients-d-un-live-reussi.html>

¹⁶⁵ Article de Morgane Tual sur le *monde.fr*, 4 avril 2016 : http://www.lemonde.fr/societe/article/2016/04/04/plus-de-quatre-heures-de-live-et-80-000-personnes-pour-un-suivi-en-ligne-de-la-nuitdebout_4894905_3224.html

¹⁶⁶ *Ibid.*

Toute la question pour nous sera d'étudier quels mécanismes de crédulité/incrédulité sont déclenchés par le journalisme immersif, d'une part en 360°, d'autre part en réalité virtuelle. Rien ne nous interdit *a priori* de penser que les participants d'une expérience virtuelle ou à 360° mettront en place, comme c'est le cas pour les autres médias, des stratégies de réception leur permettant de mettre à distance l'objet visionné. D'autre part, il sera intéressant d'étudier la place de l'organe émetteur dans ce nouveau dispositif, et sa perception par le public.

d. La connaissance comme renoncement

Un premier élément de compréhension peut d'ores et déjà nous apporter un éclairage sur le discours d'escorte relatif au journalisme immersif, qui repose sur la « transparence » du dispositif. La réflexion d'Yves Jeanneret¹⁶⁷ concernant les termes d' « interactif » ou d' « immatérialité » participe de la même logique. L'utilisation du terme « transparence » induit d'emblée la croyance d'un accès direct au réel. Or, comme nous l'avons souligné, c'est justement la forme qui présente le réel et le rend intelligible. L'absence d'un lien direct avec la chose est compensée, pourrait-on dire, par sa représentation, ou plutôt sa présentation pour reprendre Lorenzo Bonoli. *« C'est en réaction à cette absence que la forme symbolique joue son rôle de suppléant, au point qu'on peut la considérer comme "l'élaboration du deuil" causé par l'absence de la chose extra-textuelle qui comporte "une renonciation à sa présence effective, et l'élaboration de l'absence à travers la suppléance de la forme". »*¹⁶⁸ La connaissance passe donc par la restitution formelle du réel, restitution qui impose une distance entre le récepteur et l'objet. Cette distance n'est-elle pas le lieu du jaillissement de l'intelligibilité ? *« La connaissance est en relation avec la limite, avec l'impossibilité de dire représentativement, mais avec le devoir de figurer, c'est-à-dire avec le devoir de construire une présence indirecte de l'objet à travers la forme. »*¹⁶⁹ Comment le journalisme immersif joue-t-il avec cette limite ? Le fait d'avoir un accès dit « direct » avec la scène et les personnages qui la composent réduit-il pour autant la distance d'avec le réel ? Si le journalisme immersif ambitionne de se rapprocher au plus près de la « scène réelle », le participant faisant partie intégrante de l'information délivrée, ne contient-il pas *« également en son sein l'impossibilité de la représentation »* et *« l'élaboration du deuil »* qui marque le renoncement à une retranscription parfaite du réel ?

L'idée de transmettre le réel, de délivrer une forme de connaissance absolue relève dès lors d'une utopie de la communication.

¹⁶⁷ Jeanneret Yves, *Penser la trivialité Volume 1 : la vie triviale des êtres culturels*, Lavoisier, 2008.

¹⁶⁸ *Ibid.*, p. 15.

¹⁶⁹ *Ibid.*, p. 16.

2.4. Utopie de la transparence et disparition du medium

Nous discernons, derrière les déclarations enjouées des producteurs et journalistes prônant l'accès plus direct à la réalité ou encore l'empathie que générerait le journalisme immersif, les éléments constitutifs d'une utopie de la communication.

a. Utopie de la communication

La convivialité, l'interactivité, l'accessibilité, l'indépendance, l'immédiateté, la dématérialisation, la participation, la transparence forment un faisceau de caractéristiques prêtées non seulement aux nouvelles technologies, mais plus généralement aux nouveaux médias lors de leur apparition. « *Le caractère utopique de la communication plonge ses racines dans les conceptions du temps et de l'espace qu'elle met en œuvre. Longtemps, le village planétaire de Mac Luhan en a constitué l'emblème. [...] Mais, demeure l'idée selon laquelle les techniques de communication pourraient, en quelque sorte, dématérialiser l'espace physique et, en un même mouvement, abolir le temps par la vitesse de l'information, pour réaliser ainsi un ou même des mondes intermédiaires, indissociablement réel et virtuel.* »¹⁷⁰ Parmi les aspects constitutifs d'une utopie de ce que serait le journalisme immersif, trois notions nous paraissent particulièrement prégnantes : la transparence, la fusion et la dématérialisation. L'objectif d'oublier le casque qui nous permet d'accéder aux images produites tend à faire disparaître le medium, et par la même à faire disparaître le référent du réel pour plonger dans l'univers virtuel. « *Ainsi, "communiquer", remplir tout l'espace social de cette "communication" serait une manière de se rapprocher du réel, d'être le réel, au prix que se referme le piège autistique, la croyance idolâtre que la représentation se confond avec le représenté.* »¹⁷¹ Nous reviendrons ultérieurement sur le risque d'aliénation pointé. L'imaginaire de la communication, reposant sur la fusion avec le réel, la transparence de l'accès au contenu et la disparition du medium, est pleinement réinvesti dans le discours portant sur le journalisme immersif. « *La force de l'utopie de la communication est de s'accrocher simultanément à deux thèmes fondamentaux de notre imaginaire qui sont pourtant en partie contradictoires l'un avec l'autre, du moins dans des lieux mentaux assez éloignés. D'une part, cette utopie s'adresse à notre fantasme d'une fusion de l'humain avec ses racines, d'autre part, à notre goût pour la transparence, la lumière, l'horizontalité.* »¹⁷² L'utopie de la communication serait ainsi une utopie de l'ouverture : ouverture sur l'autre qui remédierait à la séparation originelle, immersion dans un autre lieu qui viendrait répondre à l'imperfection du langage, dilution du temps et de l'espace qui compenserait les contingences de l'humain. « *La communication, donc, serait là parce qu'il y a*

¹⁷⁰ Olivési Stéphane, Avant-propos : « utopie et imaginaire de la communication », in *Quaderni* n°28, Hiver 1996, « Utopie et imaginaire de la communication », pp. 57-65.

¹⁷¹ Breton Philippe, « L'utopie de la communication entre l'idéal de la fusion et la recherche de transparence », in *Quaderni* n°28, pp. 125-133.

¹⁷² *Ibid.*

*séparation, comme réparation de cette séparation. »*¹⁷³ La transparence, « mise en scène cristalline censée annuler les distances ontologiques, spatiales et temporelles qui séparent les humains »¹⁷⁴, serait à la fois la disparition du lieu et du temps, et le lieu du préférable. « Dans ce sens on parlera d'une véritable idéologie de la transparence, dont on voit qu'au-delà de l'effet de mode, elle s'appuie sur une ancienneté et un archaïsme qui lui assure une certaine pérennité et un certain succès. »¹⁷⁵ Le recours conscient ou inconscient à cette idéologie de la transparence explique d'une part la connotation positive attachée à l'émergence de nouvelles technologies médiatiques, et d'autre part l'intérêt marqué pour la technique et non pour le contenu. L'article « Réalité virtuelle et journalisme, mode d'emploi avec Raphaël Beaugrand » se fait l'écho de cette focalisation sur la technologie : « L'effet "Wouahou - Gadget" l'emporte encore souvent sur la mise en récit, mais l'enthousiasme est réel [...]. »¹⁷⁶

b. Utopie de la nouveauté

Dans son article « Le cinéma comme nouvelle technologie : opacité et transparence », Isabelle Reynauld note que l'avènement d'un média suscite un sentiment de découverte chez le récepteur, découverte qui déclenche son intérêt pour la technologie et les effets qu'elle engendrerait, et non pour le contenu transmis par le nouveau média. L'utopie de la communication serait ainsi également une utopie de la nouveauté. « Un média en émergence traverse une période d'opacité durant laquelle sa matérialité est si visible qu'elle peut littéralement faire écran au contenu. Par contre, lorsque la compétence des récepteurs s'accroît, l'opacité du média s'atténue pour faire place à sa transparence, donnant par conséquent plus de visibilité au contenu. »¹⁷⁷ Si l'effet produit par la technologie peut être assimilé à un effet de transparence grâce à l'immersion à 360°, le fait de rester concentré sur ce que peut ou non accomplir le nouveau dispositif rend pour Isabelle Reynauld le contenu opaque : « Une technologie, neuve ou ancienne, n'a de valeur de "nouveauté" que dans son rapport d'opacité ou de transparence à l'objet en représentation. [...] c'est justement l'opacité d'un média qui le rend nouveau parce qu'on le remarque. De plus, si sa transparence éventuelle permet effectivement des effets de réalisme ou de complexité narrative divertissante, nous serons alors, comme spectateur, absorbé dans l'histoire (au sens de récit) et ne verrons plus en priorité le média mais bien le contenu représenté. »¹⁷⁸

¹⁷³ *Ibid.*

¹⁷⁴ *Ibid.*

¹⁷⁵ *Ibid.*

¹⁷⁶ Becquet Nicolas, article « Réalité virtuelle et journalisme, mode d'emploi avec Raphaël Beaugrand », mediatype.be, 17 février 2016 : <http://mediatype.be/2016/02/17/realite-virtuelle-journalisme-mode-d-emploi-raphael-beaugrand/>

¹⁷⁷ Raynauld Isabelle, « Le cinématographe comme nouvelle technologie : opacité et transparence », in *Cinémas : revue d'études cinématographiques / Cinémas : Journal of Film Studies*, vol. 14, n°1, 2003, pp. 117-128.

¹⁷⁸ *Ibid.*

L'émergence d'un nouveau média tient de lieu de promesse. Il faut qu'il y ait plus-value par rapport aux médias déjà existants, nouvelles impressions, nouvelles sensations : « *Aussi longtemps qu'elle promet, [une nouvelle technologie] demeure dans sa phase de vitalité et de mutation. Comme média en devenir, c'est l'opacité de la technologie qui est visible et c'est ce qui fait sa nouveauté. Son opacité est souvent garante de sa nouveauté puisqu'on s'intéresse à ses pouvoirs et à sa matérialité.* »¹⁷⁹ Jean-Pierre Piemme définit quatre étapes dans l'émergence d'un nouveau média, qui fondent sa dynamique propre, et annoncent les transformations profondes dont il serait porteur. Tout d'abord, l'arrivée d'un nouveau média est considérée en soi comme une étape décisive de la communication : « *chaque medium est présenté comme négation/dépassement de la manière jusque là admise de pratiquer la communication.* »¹⁸⁰ Son fonctionnement propre aurait par ailleurs des effets qui lui seraient spécifiques : « *Chaque medium est saisi dans la logique de ses possibilités techniques comme support d'une communication optimale [...].* »¹⁸¹ Il est également perçu comme la solution au manque que serait l'incommunicabilité : « *Chaque medium a pour particularité d'intervenir dans un monde qui ne va pas bien parce qu'il n'arrive pas à reposer sur une parfaite communication entre les hommes.* »¹⁸² Enfin, il est vecteur d'un nouvel humanisme : « *Les media sont porteurs d'espoir pour un monde meilleur parce qu'ils ont le pouvoir de créer un homme nouveau, plus pleinement conscient de sa nature d'être social, un homme qui a récupéré la totale maîtrise de ses choix, de son environnement et de son rapport aux autres. Tout medium nouveau est censé accroître le caractère responsable de l'homme et porter en lui la révolution.* »¹⁸³ Le discours sur l'empathie recherchée dans le journalisme immersif prend ainsi une autre épaisseur. L'analyse des perceptions des nouveaux médias montre qu'il s'inscrit dans un imaginaire de la communication et n'est pas simplement circonscrit à une époque donnée, à une technologie donnée. Jean-Pierre Piemme y voit un leurre : « *L'empathie, la participation en tant qu'elle est déterminée par la spécificité de l'information visuelle, pourrait être caractérisée par des formes singulières de fascination et d'engluement.* »¹⁸⁴

c. La réalité virtuelle comme moyen de compenser l'incomplétude du réel

Philippe Quéau conçoit la réalité virtuelle comme un moyen de répondre à l'insuffisance du réel, et un moyen d'intelligibilité du réel : « *Tout se passe comme si le réel "classique" ne suffisait pas à nous fournir les références suffisantes pour comprendre les métamorphoses à l'œuvre dans le monde, et comme si d'autre part, le "virtuel" pouvait justement fournir certaines clés de compréhension des*

¹⁷⁹ *Ibid.*

¹⁸⁰ Piemme Jean-Pierre, « Les illusions de la communication », in *Réseaux*, volume 2, n°8, 1984, « Où est la théorie de la communication ? », pp. 37-52.

¹⁸¹ *Ibid.*

¹⁸² *Ibid.*

¹⁸³ *Ibid.*

¹⁸⁴ *Ibid.*

phénomènes globaux, dont tout le monde sent confusément l'importance, mais dont il reste très difficile de saisir la nature profonde. »¹⁸⁵ Mais il met en garde contre la confusion voire l'aliénation que pourrait engendrer le manque de repères : « *Les lieux virtuels possèdent une certaine réalité, une certaine spatialité, une certaine temporalité, mais ces catégories qui nous semblent aller de soi dans les contextes classiques perdent dans le contexte virtuel une partie de leur pertinence, de leur capacité à rendre la vérité des phénomènes.* »¹⁸⁶ Pour l'auteur, toute production virtuelle pâtera du doute qui s'instille quant à la véracité des images : « *Toute image sera ressentie d'abord comme résultant d'un processus de "manipulation numérique" au sens large, et sera vue progressivement de ce fait comme création de l'esprit, et non nécessairement comme l'enregistrement d'une vérité photonique ou photochimique, d'une vérité ayant eu une inscription "visible", une réalité lumineuse.* »¹⁸⁷ Le récepteur devra, comme dans toute confrontation à des images, des sons, des textes, faire la part des choses entre ce qu'il tient pour réel, vrai, et ce qu'il considère mensonger. S'il y a impression de dématérialisation (malgré l'existence effective du dispositif), le journalisme immersif induit néanmoins une participation du récepteur, qu'elle ne soit qu'une simple présence s'il ne fait que regarder les images qu'on lui propose, ou active s'il a la possibilité d'agir au sein du dispositif. « *La téléprésence et la télévirtualité utilisent à divers degrés le virtuel pour agir sur le monde réel. On ne peut plus opposer représentation virtuelle et action réelle, puisque la représentation fait partie de l'action, en constitue le support, le modèle et même dans certains cas la substance.* »¹⁸⁸ En fusionnant représentation et présence, la réalité virtuelle serait ainsi à même de modifier notre compréhension du monde. Ainsi ce n'est pas le choix de la technologie qui détermine le degré de véracité du contenu, mais l'utilisation d'une technologie donnée qui par ses caractéristiques parviendra à saisir le réel de la manière la plus pertinente compte tenu du propos. « *La vérité du virtuel, c'est le bien commun. Le virtuel doit se mettre au service du réel, et ce réel c'est celui de la communauté humaine.* »¹⁸⁹

La transparence d'un nouveau média est donc moins le fait de sa nouveauté technologique que de la propension du récepteur à décrypter les contenus proposés. De plus, la transparence technologique ne remplace pas la transparence éditoriale. Cette dernière s'actualise à deux niveaux : intention, contenu éditorial et mise en scène de ce contenu. Nous nous attellerons, dans la troisième partie de notre travail, à analyser les marques de la présence éditoriale dans les productions en journalisme immersif. Il sera intéressant notamment de voir si la démarche tend à estomper au maximum le geste éditorial, ou au contraire à accompagner le récepteur en rendant visibles ou audibles les intentions des énonciateurs.

¹⁸⁵ Quéau Philippe, « Le virtuel : une utopie réalisée », in *Quaderni*, n°28, Hiver 1996, « Utopie et imaginaire de la communication », pp. 109-123.

¹⁸⁶ *Ibid.*

¹⁸⁷ *Ibid.*

¹⁸⁸ *Ibid.*

¹⁸⁹ *Ibid.*

2.5. Place du corps, espace et participation du spectateur

Comme nous l'avons précédemment souligné, l'expression oxymorique « réalité virtuelle » n'est pas aisée à appréhender, et l'émergence de cette technologie fait l'objet de réactions euphoriques ou dysphoriques. Dans les discours, on anticipe les effets qu'elle susciterait : nouvelles possibilités, profondeur structurelle et fonctionnelle, outil d'intelligibilité du monde ou au contraire enfermement et déshumanisation. Au-delà des fantasmes et des questionnements, Elise Lallart, Camille Voisin et Roland Jouvent se sont proposés, dans l'article « La réalité virtuelle : un outil de réalisme » d'objectiver les éléments constitutifs de ce nouveau média : « *La réalité virtuelle se définit ainsi comme une représentation réaliste (au moyen de techniques informatiques) d'un monde imaginaire, bien sûr, mais tout aussi bien, réel.* »¹⁹⁰ Pour les auteurs, la réalité virtuelle suppose d'une part d'être immersive, elle doit entourer le spectateur. Elle suppose également que le spectateur doit pouvoir se déplacer dans l'environnement virtuel, voire même interagir avec lui. Le repositionnement de la place du corps et la participation induite par la disparition d'un écran qui séparait le spectateur des images visionnées apparaissent comme un vrai changement. Lise Haddock définit trois types d'attitudes face à l'usage des nouvelles techniques : les technophiles, les technophobes, et « *ceux qui pensent qu'un usage raisonné des techniques peut sous certaines conditions être facteur de progrès.* »¹⁹¹ Nous faisons nôtre cette troisième approche.

a. Entre simulacre et nouvelles possibilités d'intelligence collective

Essayons tout d'abord de décrire quels effets préjudiciables sont reprochés aux nouvelles technologies. Virilio, Baudrillard, Jameson ou encore Lipovetsky les caractérisent ainsi : « ère du vide », « fin de l'historicité », « ère du simulacre », « lieu de disparition du sens », « repli sur soi ». Paul Virilio fait valoir un rapport à l'espace et au temps biaisé : « *Actuellement avec la révolution des transmissions, nous assistons aux prémices d'une « arrivée généralisée » où tout arrive sans qu'il soit nécessaire de partir, la liquidation du voyage (c'est-à-dire de l'intervalle d'espace et de temps) se doublant, en cette fin de XX^e siècle, de l'élimination du départ : le trajet perd ainsi les composantes successives qui le constituaient au bénéfice de la seule arrivée.* »¹⁹² « *L'absence de distance crée, [d'après Paul Virilio], le citoyen terminal, infiniment branché sur une absence d'espace et de temps qui n'a plus de rapport qu'avec le lointain, le global, qui ne connaît plus la proximité, le local, le lieu. Il n'y aura plus qu'une mobilité sur place, qu'une nouvelle forme d'enfermement.* »¹⁹³ Pour les auteurs précédemment cités,

¹⁹⁰ Lallart Elise, Voisin Camille, Jouvent Roland : « La réalité virtuelle : un outil de réalisme » in « Le virtuel pour quoi faire ? Regards croisés », *Psychologie clinique*, 2014, n°37, p. 214.

¹⁹¹ Haddouk Lise, « La place du corps dans les rites numériques », in « Réalités numériques », *Les cahiers numériques*, 2013, vol. 9, p. 292.

¹⁹² Virilio Paul, *La vitesse de libération*, Paris, Galilée, 1995, p. 28-29, cité par Robin Régine dans l'article « Du corps cyborg au stade de l'écran », in *Communications* n°70, 2000, Seuil, pp. 183-207.

¹⁹³ *Ibid.*, p. 193.

l'utilisation des nouvelles technologies entraîne nécessairement une dissolution du temps et de l'espace, une disparition des repères nécessaires à la compréhension du monde et à l'élaboration de sa propre identité. « *Le monde a tendance à devenir un "éternel présent", celui de l'écran où l'individu vit dans l'instantané de la communication et l'ubiquité d'être partout à la fois.* »¹⁹⁴ Dans cette optique, il deviendrait impossible de se situer dans une perspective historique. Nous assisterions, participerions en quelque sorte à une surimpression d'événements sans parvenir à les corrélés, à les analyser. Jean Baudrillard parle à ce sujet du règne du simulacre : « *Nous sommes bien entrés dans une société du simulacre, de l'effacement des frontières entre possible et impossible, entre réel et virtuel.* »¹⁹⁵ L'éclatement des référentiels, la perte de l'historicité, signent en outre la fin de la représentation, remplacée par la simulation : « *[La représentation] part du principe d'équivalence du signe et du réel (même si cette équivalence est utopique, c'est un axiome fondamental). La simulation part à l'inverse de l'utopie du principe d'équivalence, part de la négation radicale du signe comme valeur, part du signe comme réversion et mise à mort de toute référence.* »¹⁹⁶ Pour Régine Robin, Fredric Jameson se situe dans ce même courant, qui voit dans l'arrivée de technologies nouvelles le signe avant-coureur d'une dilution de l'humain : « *La période du capitalisme tardif ou postmoderne est caractérisée par le règne de l'image, du simulacre et de l'absence de profondeur, donc de la prééminence de la surface en même temps que d'une perte de l'historicité. Tous les modèles épistémologiques qui opposaient de façon complexe l'essence à l'inexistence, le latent au manifeste, l'authentique à l'inauthentique, le signifiant au signifié, se sont écroulés. Ils ont été remplacés par une pensée et une esthétique de la fragmentation, de la multiplicité, de l'intertextualité, de tout ce qui peut faire communiquer une surface avec une autre surface sans profondeur de champ ni dimension temporelle.* »¹⁹⁷ Outre le repli sur soi, l'attitude autistique que cela supposerait, cette vision conduit à annihiler toute possibilité mémorielle qui passerait par le biais des nouvelles technologies. Un faux passé, un faux présent viendraient obstruer la compréhension du monde des hommes. A cette critique des dérives du virtuel fondée sur la superficialité, l'enfermement, la disparition du sens, de la temporalité, s'oppose la conception de chercheurs tels que Pierre Lévy, Jean-François Lyotard ou Philippe Quéau. Loin de démoniser les nouvelles technologies, ils y voient une opportunité de débat démocratique, une reformulation du monde perceptible. Celles-ci ne sont considérées ni comme simulation, ni comme un piège dans lequel pourrait tomber la raison, mais comme une passerelle qui conduirait à une profondeur structurelle et fonctionnelle, une possibilité qui nous est offerte de mieux comprendre le monde. « *Ils en voient aussi toutes les possibilités : la constitution d'une intelligence collective, des relations transversales plutôt que hiérarchiques, de nouvelles façons de "faire société", de nouvelles formes de*

¹⁹⁴ *Ibid.*, p. 194.

¹⁹⁵ *Ibid.*, p. 198.

¹⁹⁶ *Ibid.*, p. 199.

¹⁹⁷ *Ibid.*, p. 200, en référence à l'ouvrage de Fredric Jameson : *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*.

déterritorialisation, de nouvelles formes d'identité non liées au contexte, un nouvel univers de contact et non de totalisation sémantique, des communautés virtuelles à la fois locales et internationales, une potentialité énorme pour le débat démocratique. »¹⁹⁸ Le corps est ici envisagé dans une perspective de réconciliation avec l'esprit, l'homme n'étant plus limité par ses contraintes physiques : « *Le sujet interactif ne s'éprouve plus en tant que sujet (et individu : entité non divisible) dans un rapport frontal à l'objet et à l'image qui enregistre la trace de cette confrontation, mais dans une saisie holistique, enveloppante, qui prend prise en chacun des points de la matrice constituant le modèle numérique de l'objet. [...] Le paradigme holistique est intéressant parce qu'il peut fort bien s'appliquer à la représentation du corps dans l'univers virtuel, où on semble vouloir recréer l'intégrité de l'expérience sensorielle.* »¹⁹⁹ Pour ces auteurs, le corps est pleinement pris en compte par la réalité virtuelle. La pensée, la mémoire passent par le rapport au sensoriel : « *La postmodernité signale peut-être le retour du corps comme mémoire ; le rationalisme moderniste voulait s'affranchir de la tradition, c'était la volonté des Lumières (Kant), mais elle oubliait le corps, cette matérialité issue du monde et qui "donne corps" à notre rationalité.* »²⁰⁰

b. Le corps dans l'espace virtuel

Une des nouveautés du virtuel réside donc dans le repositionnement du corps aux images. La disparition de toute interface type écran – qu'il s'agisse d'un écran de cinéma, de télévision, ou d'ordinateur – constitue le paradigme d'une immersion accrue. « *En raison de nombreuses contraintes liées à la fabrication ou à la projection des images, nous étions limités jusqu'à présent à une attitude de spectateur. Nous restions postés devant les images. Les images étaient nécessairement liées à l'écran, induisant par là même un rapport limité à l'espace environnant. En focalisant notre regard sur l'écran, les images effacent le monde alentour, elles occultent l'espace pour lui substituer un trompe-l'œil, un voile sans secret, sans épaisseur propre.* »²⁰¹ Selon Philippe Quéau, les images diffusées par l'intermédiaire de l'écran sont de l'ordre de l'illusion, tandis que les images virtuelles permettent non seulement un plus grand réalisme, mais font monde en le simulant, la distance entre images et univers de référence étant supprimée : « *[...] avec les techniques du virtuel, on peut entrer dans l'image. L'illusion virtuelle ne dissimule plus l'espace, elle le simule. Le virtuel devient un monde propre, à côté du monde réel. Avec l'apparition des mondes virtuels, l'image quitte l'écran, elle devient elle-même un "lieu", où l'on peut se déplacer, rencontrer d'autres personnes, dans lequel on peut prendre ses aises,*

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 204.

¹⁹⁹ *Ibid.*, p. 178-179.

²⁰⁰ *Ibid.*, p. 179.

²⁰¹ Quéau Philippe, « La pensée virtuelle », in *Réseaux*, « Vers une nouvelle pensée visuelle », vol. 11, n°61, 1993, p. 70.

ses marques, dans lequel on peut finir par passer le plus clair de son temps professionnel ou de ses loisirs. »²⁰²

Les images virtuelles modifient en outre le rapport au temps. Toujours selon Philippe Quéau, une temporalité propre, distincte de celle du réel, se met en place : « *c'est un temps abstrait, qui n'intéresse pas l'image. Le modèle une fois prêt créé son tempo, il ne cesse de se dérouler dans son temps propre, dans son repère temporel. [...] L'image se tisse au fil du temps, elle devient comme du temps elle-même, elle se crée instantanément, sans aucune inertie, comme de l'électricité, et se modifie sans délai.* »²⁰³ Nous nous intéresserons dans notre troisième partie, à travers les exemples de production en journalisme immersif choisis, à la perception du temps ressentie par les participants. La réalité virtuelle change en outre la donne en ce qu'elle permet justement une véritable participation. L'immersion dans l'univers représenté crée une impression de présence. Il ne s'agit plus d'assister à, de visionner, mais d'être « physiquement présent » : « *Une des conséquences les plus importantes est de changer en profondeur le rapport entre images et présence. Classiquement l'image sert de substitut à la présence même de la chose. [...] En revanche, avec la télévirtualité ou la téléprésence, l'image virtuelle n'est plus une simple image, une illusion, comme celle du "présentateur télévisé", chargé de mimer les signes de la présence. L'image virtuelle présente le signe d'une "présence" réelle. Quelqu'un de vivant est bien "là", certes virtuellement par l'apparence mais bien réellement par l'attention disponible, la capacité de communiquer et d'agir.* »²⁰⁴ Ces propos ne s'appliquent certes pas, ou pas encore complètement au journalisme immersif, car comme nous le verrons par la suite les productions en réalité virtuelle ou en 360° n'offrent à l'heure actuelle pas de véritable interaction entre le participant et les personnages rencontrés. Cependant c'est bien cet objectif que voudraient atteindre certains producteurs et journalistes. C'est par ailleurs un projet sur lequel travaille Facebook, qui grâce à l'Oculus Rift cherche à mettre au point un système qui permettrait de recréer virtuellement l'image de l'interlocuteur avec lequel nous discutons. Nous ne verrions plus seulement l'image de la personne avec laquelle nous parlons, mais aurions l'impression d'être en présence de cette personne²⁰⁵.

c. De nouveaux usages qui appellent de nouvelles grilles de lecture

La réalité virtuelle entraînant une hybridation entre réel et virtuel, il sera important pour les récepteurs, comme nombre d'auteurs le soulignent, de mettre en place une nouvelle grille de lecture qui permettra de décrypter des images produites selon de nouvelles modalités, grille de lecture qui s'affinera en fonction de l'intégration de ces nouvelles interactions aux usages. Mis à part ces précautions préalables, il ne serait pas fondé, pour Philippe Quéau, de suspecter le virtuel de nous éloigner du réel,

²⁰² *Ibid.*

²⁰³ *Ibid.*, p. 71.

²⁰⁴ *Ibid.*

²⁰⁵ Article de Tekke Wiggin, *inman.com*, 27 mai 2015 : <http://www.inman.com/2015/05/27/facebook-owned-oculus-vr-could-bring-telepresence-to-real-estate/>

de troubler notre bon sens : « *Le virtuel n'est pas en-dehors du réel mais lié au réel, pour rendre possible ce qui est en puissance dans le réel, et le faire advenir. Le virtuel permet d'accoucher du réel.* »²⁰⁶ Le virtuel permettrait même, comme nous l'avons précédemment souligné, de mieux comprendre le réel : « *En un sens, le virtuel sera même plus réel que le réel. Il nous donnera en effet les moyens d'une meilleure intelligibilité du réel, d'une plus grande efficacité dans nos actions sur le réel.* »²⁰⁷ L'auteur va plus loin en précisant que le réel et ses contingences, ses délimitations, ne peuvent donner accès à l'intégralité du sens : « *La seule catégorie du réel n'est plus suffisante pour rendre compte des nombreuses sortes de réalités intermédiaires dont sont désormais tissées nos expériences, peuplées d'images aux degrés de « vérité » les plus divers. Il fait de nouveaux critères d'appréciation et de validation* »²⁰⁸. Une image virtuelle n'a pas plus de raisons d'être mensongère qu'une image réelle : « *Une image "réelle", c'est-à-dire prise dans le monde réel, sans aucun trucage ou filtrage, peut être beaucoup moins opératoire, moins intelligible et donc en fin de compte moins "vraie" qu'une image de synthèse qui serait plus concise, plus synoptique, plus ramassée et finalement plus compréhensible qu'une image photographique nécessairement engluée dans la matérialité photonique des choses, et par là incapable de s'élever à la représentation du concept.* »²⁰⁹ Cette meilleure compréhension du monde aurait à voir avec une double spécificité qui peut sembler paradoxale : sortie du corporel et investissement corporel. « *Si le corps peut constituer l'instrument d'un dépassement de soi permettant de retrouver un sens à la vie, il est aussi le lieu de la limite de soi : on est un homme ou une femme, jeune ou vieux, beau ou laid. Le corps, jusqu'à il y a peu, nous enfermait dans une apparence déterminée, il constituait une souche identitaire essentielle.* »²¹⁰ Ce dépassement des limites du corps va de pair avec un investissement du corps. La réalité virtuelle recrée en effet les mouvements du participant et provoque des sensations, des émotions qui inscrivent le participant dans un univers physique et perceptif. « *La simulation, en rendant équivalents un geste exécuté et un geste imaginé, offre ainsi un degré de liberté supplémentaire à l'action. Par simulation d'un plaisir, celui-ci est déjà, même vaguement, éprouvé. Les paramètres émotionnels peuvent traduire les stigmates de cette activation : légère augmentation du pouls ou de sa variabilité, élévation de la réactivité électrodermale, etc.* »²¹¹ La réalité virtuelle nous plonge dans une temporalité propre, nous éloigne de l'univers de référence, mais l'imperfection actuelle de la technique nous rappelle à la réalité : « *Etre immergé avec un casque dont les images dépendent [des mouvements du participant] est une garantie contre la désertion du réel, en particulier des aspects temporels de la réalité. C'est l'un des intérêts essentiels*

²⁰⁶ *Ibid.*, p. 72.

²⁰⁷ *Ibid.*, p. 71.

²⁰⁸ *Ibid.*, p. 72.

²⁰⁹ *Ibid.*

²¹⁰ Aubert Nicole, « Les nouvelles quêtes d'éternité », in *Etudes* 2008/2, Tome 408, p. 205.

²¹¹ Lallart Elise, Voisin Camille et Jouvent Roland, « La réalité virtuelle : un outil de réalisme », in *Psychologie clinique*, « Le virtuel, pour quoi faire ? », 2014/1, N°37, p. 274.

de ces nouvelles techniques, et c'est d'ailleurs pour cette raison que souvent, lors de la première séance les sujets déclenchent des réactions végétatives (nausées, maux de tête). Le corps reste présent dans l'activité de l'imaginaire. »²¹² Il restera à voir si l'évolution de la technique (disparition des réactions physiologiques engendrées par les productions prototypes, meilleure résolution de l'image) modifiera le ressenti des participants.

d. Réalité virtuelle et participation

Même si la technique n'est pas encore au point (nous y reviendrons), il n'en reste pas moins qu'elle transforme le spectateur en acteur, actualisant apparemment les souhaits formulés par les metteurs en scènes, réalisateurs, auteurs qui appelaient de leurs vœux l'intégration maximale du spectateur à l'œuvre produite. « *La réalité virtuelle offre la possibilité de mettre en relief le rôle du corps, ainsi que le rôle que le corps peut jouer dans l'espace. [...] Le sujet est non seulement en action, mais perçoit aussi son corps, ce qui renforce chez lui le sentiment de corporéité, ou embodiment. Ce terme désigne la manière dont une personne évalue un objet en fonction de la position de son corps. [...] L'utilisateur est par conséquent acteur et se voit en train de l'être.* »²¹³ Contrairement au théâtre ou au cinéma, l'utilisateur pourrait agir à l'intérieur du monde virtuellement représenté. Même si le spectateur était loin d'être réduit à la passivité devant une pièce de théâtre ou un film, le rôle qu'il joue diffère cependant de celui qu'il jouait jusqu'ici en ce qu'il est « physiquement présent » dans les images qui l'environnent. « *L'image du corps fait partie de la représentation qu'un sujet a de lui-même. Le corps est le siège des sensations et des expériences vécues par lui et qui lui appartiennent. Parmi ces expériences, les actions tiennent une place prépondérante, puisqu'elles sont à la fois le soi comme lieu d'origine et le corps comme lieu de leur manifestation. Le fait de se sentir l'auteur de ses actions et de se les attribuer renforce le sens de la possession du corps et le sens d'agentivité.* »²¹⁴ Ce serait donc parce qu'il agit, expérimente, que l'utilisateur aurait accès à un degré d'intellection « majoré ». Le souvenir qu'il aurait de son immersion dans une production en journalisme immersif serait le souvenir d'une expérience à laquelle il a participé, qu'il a vécue.

Bilan : réalité virtuelle : modalités et discours

Nous avons tenté, au fil de cette seconde partie, de replacer l'arrivée de la réalité virtuelle dans le contexte de l'histoire et de la philosophie des médias, en étayant notre réflexion grâce au rapprochement avec des notions connexes (empathie, réalité/virtualité, crédulité/incrédulité, disparition du medium, place du corps).

²¹² *Ibid.*

²¹³ *Ibid.*

²¹⁴ *Ibid.*

1. L'empathie spectatorielle : le recours aux sensations

- **L'empathie spectatorielle fait partie de l'ethos journalistique. La mise en scène du discours est d'ordre affectif.** L'empathie recherchée avec le journalisme immersif s'inscrit dans une démarche qu'ont eue les médias bien avant l'émergence de la réalité virtuelle.
- **Le déclenchement de sensations**, d'émotions, a pour but d'accroître le réalisme, ou l'effet de réel des images, et par là même leur **degré de véracité**.

2. La réalité virtuelle : quand la forme ne présage en rien du fond

- La réalité virtuelle ne s'oppose pas au réel mais **fait partie du réel**. Elle n'est pas synonyme d'illusion mais crée par simulation une représentation du monde, qui **fait monde**.
- **Le doute quant à la facticité de la réalité virtuelle** et sa capacité supposée intrinsèque de manipulation serait surtout lié à la **nouveauté de cette technique**.
- Ainsi **la crédulité ou l'incrédulité du spectateur ne s'attache pas au dispositif en soi**. Les spectateurs exercent déjà leur esprit critique au contact des images télévisées, et des images en général.
- S'ils peuvent dans un premier temps restés focalisés sur la technique, **les récepteurs constitueront petit à petit, au fil de l'appropriation de ce nouvel usage, une grille d'analyse** qui leur permettra, tout comme pour les autres médias, d'exercer leur esprit critique.

3. Vers une hybridation médiatique

- L'hybridation médiatique, la manipulation des images créent un **flottement dans la perception que le récepteur peut avoir de l'entité émettrice**. La catégorisation des contenus journalistiques s'en trouve modifiée, comme nous l'avons constaté à travers l'exemple du traitement de la mobilisation « Nuit Debout » sur l'application PériScope.

4. Utopie de la communication et discours euphorique

- **La disparition du medium** apparaît sous un jour nouveau si elle est considérée d'un point de vue épistémologique. Elle réfère à une **utopie de la communication** dont la transparence est un aspect constitutif.
- **L'arrivée d'un nouveau média** tel que la réalité virtuelle suscite une attention au dispositif, à la

technique, et non au contenu. Elle s'accompagne d'un **discours pronostiquant les effets et avancées qu'aurait ce nouveau média.**

5. Un changement dans la perception de l'espace et du temps

- La réalité virtuelle se traduit malgré tout par de nouvelles modalités, entraînant un **repositionnement de la place du corps du participant.** Il est physiquement présent au sein des images représentées.

- **La temporalité vécue lors de l'expérience immersive différerait de celle du temps réel.** La résolution encore insuffisante des images et les effets physiologiques engendrés par la réalité virtuelle seraient toutefois un frein à l'immersion et ramèneraient le spectateur à son univers de référence.

6. Voir et participer à 360° : la réalité virtuelle comme dispositif d'intellection

- La réalité virtuelle offrant la possibilité d'expérimenter, d'agir à l'intérieur de l'univers environnant, le participant serait amené à percevoir et à **comprendre les choses avec davantage d'acuité.** L'intelligibilité du monde passerait autant par l'esprit que par le corps, rejoignant une **vision holistique du monde.**

3. Journalisme immersif : contexte économique, axes de développement et analyse de quatre productions

Les premières productions en journalisme immersif datant de 2014, il est à ce jour difficile de présager des évolutions ultérieures que connaîtra ce nouveau mode d'expression journalistique. Nous nous emploierons dans cette troisième partie à rappeler le contexte qui a vu émerger la réalité virtuelle et les vidéos tournées en 360°. Nous nous appuyerons notamment sur l'étude « Technology, Media and Telecommunications Predictions »²¹⁵ publiée par le cabinet Deloitte, qui consacre un chapitre à la réalité virtuelle. Nous rappellerons les contraintes matérielles existantes, qui peuvent limiter l'accès à la réalité virtuelle (coût des casques de réalité virtuelle, des ordinateurs et des smartphones, disponibilité des contenus, public encore restreint). Nous dresserons un panorama des domaines d'application actuels de la réalité virtuelle : jeux vidéo, publicité, journalisme, et préciserons quelles utilisations pourraient se développer dans d'autres secteurs. Nous montrerons enfin ce qui diffère dans la création de productions en réalité virtuelle (VR : Virtual Reality) ou en 360° (VR Vidéo), du point de vue technique comme du point de vue des compétences ou de l'organisation de travail.

Nous nous intéresserons à plusieurs exemples de productions en journalisme immersif, que nous tenterons de caractériser en fonction des thématiques abordées, des technologies utilisées et de la manière dont les auteurs ont exploité (narration, réalisation, implication du participant, partis pris) les potentialités offertes par la réalité virtuelle ou les prises de vues en 360°. Nous réinvestirons les conclusions formulées au terme de nos premières et deuxièmes parties, vérifierons ou infirmerons nos hypothèses, et essayerons de déterminer en quoi nous avons affaire à un nouveau format médiatique.

Les exemples que nous avons sélectionnés traitant de situations humanitaires difficiles (guerres, catastrophes naturelles, conflits sociaux, ...), nous reposerons la question de l'empathie. Comment expliquer que beaucoup de sujets abordés en journalisme immersif concernent l'extrême violence de la guerre, le calvaire de réfugiés, et ambitionnent de faire ressentir au participant ce qu'endurent les personnes qui font l'objet des reportages immersifs ? Nous l'avons vu, l'immersion fait partie intégrante de l'ethos journalistique. S'agit-il cependant de la même démarche que celle qui animait les journalistes dès les débuts de la profession ? Le changement opéré par la réalité virtuelle implique-t-il un changement dans le ressenti du spectateur ? Et surtout, cela est-il à même de déclencher une action de sa part, qui viserait à modifier le cours des choses ? Car l'empathie n'est-elle pas l'étape qui précède

²¹⁵ Etude « Technology, Media and Telecommunications Predictions » publiée par le cabinet Deloitte en janvier 2016 : <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tmt-predictions.html>

l'action ? Dans ce cas comment définir les attentes des créateurs de contenus en journalisme immersif ?

3.1. Contexte : quelles applications pour la réalité virtuelle, quel avenir pour le journalisme immersif ?

a. Etude prospective du cabinet Deloitte

Dans son étude, Deloitte prévoit un milliard de dollars de bénéfices d'ici à fin 2016 pour le secteur de la réalité virtuelle, dont 700 millions pour l'achat de matériel (casques, smartphones et ordinateurs adaptés) et 300 millions pour l'achat de contenus en réalité virtuelle. Le secteur principal de développement est celui des jeux vidéo. Deloitte estime que 2,5 millions de casques de réalité virtuelle et 10 000 millions de jeux seront achetés dans la même période. Les autres secteurs d'activité concernés par la réalité virtuelle (publicité, cinéma, applications scientifiques) ne connaîtront comparativement qu'un essor marginal d'après Deloitte, du moins à moyen ou long terme. La cible privilégiée est ainsi composée d'un noyau dur de joueurs de jeux vidéo, *early adopters* pour lesquels il est important d'acquérir dès leur sortie ces nouveaux produits. Les joueurs occasionnels n'arriveront sur ce marché que dans un second temps. Le potentiel du jeu vidéo en réalité virtuelle est donc conséquent, avec 10 millions de joueurs chevronnés et plusieurs centaines de millions de joueurs occasionnels de par le monde.

Le matériel permettant d'accéder à la réalité virtuelle se compose d'un casque retransmettant les images et d'un casque audio. A l'heure actuelle un casque audio classique suffit pour expérimenter les dispositifs. Il existe toutefois des casques audio adaptés au « son binaural », technique de captation qui spatialise le son. Les images et le son sont alors synchronisés avec les déplacements du participant. Citons parmi les expériences diverses et variées développées en réalité virtuelle : se mettre dans le corps d'un poulet (« Chiken Walk »), visiter le musée Dali de St Petersburg en Floride (« Dreams of Dali »), conduire en envoyant des textos (« SMS Racing »), « vivre » les attentats du 11 septembre 2001 depuis l'intérieur du World Trade Center (« 8h46 »), ou encore se sentir dans le corps d'un ou d'une autre (« Gender Swap», «The Machine to Be Another»).

Plusieurs bémols sont soulignés dans l'étude menée par Deloitte. Tout d'abord le fait que l'illusion soit incomplète, puisque seule la vue et éventuellement l'ouïe (si le son est spatialisé) sont touchées. « TheBlu : encounter »²¹⁶ propose une expérience dans les fonds sous-marins : « *Très vite, une raie fait son apparition et passe juste au-dessus de vous. Vous vous rendez alors compte que vous pouvez interagir avec ce monde bucolique en faisant fuir les poissons d'un geste de la main. Le calme des profondeurs est soudain perturbé par un bruit sourd et l'arrivée d'une baleine de 25m qui finira par*

²¹⁶ Démo *TheBlu : encounter* (deuxième version sortie en 2015) : <https://www.youtube.com/watch?v=MFKbL-GU-U>

frôler l'épave et la fera trembler d'un coup de nageoire. »²¹⁷ Ici la vue et l'ouïe participent de l'immersion, encore plus réaliste du fait que le participant agit sur l'univers dans lequel il est plongé. Cependant la sensation d'être sous l'eau, le froid, la pression ne sont pas ressentis. Le simulateur « Birdly », conçu par des membres de l'université de Zürich, recrée la sensation de voler. « *Allongé sur une table montée sur vérins, l'utilisateur place ses bras sur des planches articulées qui font office d'ailes qu'il devra battre pour avancer et se diriger. Il chausse ensuite un casque Oculus Rift et c'est parti pour un voyage étonnant. Pour encore plus de réalisme, un ventilateur est placé face à lui et un diffuseur d'odeur envoie des parfums en fonction du lieu où se déroule le vol (au-dessus de l'océan, d'une prairie...).* »²¹⁸ Ici les créateurs ont fait en sorte que les autres sens (l'odorat, le toucher grâce au ventilateur) accentuent l'effet produit par les images ou les sons.

La technologie n'étant pas encore complètement au point, et les utilisateurs ne disposant pas encore d'ordinateurs ou de smartphones suffisamment puissants, les images peuvent être pixellisées, ce qui nuit au réalisme. Si elle n'est pas parfaite, la synchronisation entre les déplacements des participants et les images vues peut par ailleurs entraîner un décalage qui provoque la nausée.

Deux types de productions ont été développés : celles en réalité virtuelle, comme dans les exemples précédents, créées par CGI (Computer Generated Images), et les tournages en 360°. Les caméras sont alors positionnées de manière à retranscrire l'effet à 360°, et les rushs montés selon la méthode du « stitching » qui consiste à assembler les images filmées sur les logiciels dédiés.

Aujourd'hui une multitude de casques sont disponibles : « Oculus Rift », « HTC Vive », « Samsung VR », « Playstation VR », « Google Cardboard »...²¹⁹ Le moins cher, « Google Cardboard », est vendu autour de 10 dollars, mais propose une expérience peu immersive : les lunettes vendues par Google ne peuvent se fixer sur la tête, et la résolution des images est nettement inférieure à celle de l'Oculus Rift ou de Samsung VR. Le Google Cardboard, peu coûteux, permet au plus grand nombre d'accéder à la réalité virtuelle. Il est envoyé en kit. C'est à l'utilisateur d'assembler les pièces et de construire l'objet. Il est par ailleurs donné dans les salons spécialisés, ou envoyé gratuitement, comme l'a fait *The New York Times* qui en a distribué un million à ses abonnés en novembre 2015 pour lancer son application de réalité virtuelle, puis à nouveau 300 000 en mai 2016.

Les prix des autres casques sont très variables : de 100 € pour le Samsung VR à 2700 € pour le casque Hololens de Microsoft, en passant par l'Oculus Rift de Facebook vendu à 700 €.

²¹⁷ Article de « Rmax », 30 octobre 2015, casques-vr.com, <http://casques-vr.com/preview-on-a-teste-theblu-encounter-sur-htc-vive-4651/>

²¹⁸ Article de Cécile Bolesse, 10 avril 2015, 01net.com, <http://www.01net.com/actualites/video-volez-comme-un-oiseau-au-salon-laval-virtual-651892.html>

²¹⁹ « Guide et comparatif des casques de réalité virtuelle », article paru sur [realite-virtuelle.com](http://www.realite-virtuelle.com) : <http://www.realite-virtuelle.com/guide-comparatif-casque-realite-virtuelle#1450457787675-7f05fab3-cddb>

Certains casques ne fonctionnent qu'avec smartphone, ce qui suppose de télécharger les applications de réalité virtuelle nécessaires, et d'autres sont compatibles avec PC et consoles de jeux. Les productions pour smartphones (« Mobile VR ») nécessitent pour une utilisation satisfaisante d'avoir ou d'acquérir les dernières générations d'appareils. Le processeur et la densité de pixels nécessaires vident actuellement la batterie au bout d'une demi-heure d'utilisation. L'étude Deloitte précise que les fabricants de smartphones ne mettront en vente des appareils comprenant les caractéristiques nécessaires à la consommation de réalité virtuelle que lorsque le modèle économique sera bien en place.

Ainsi, c'est pour l'heure le domaine des jeux vidéo qui est essentiellement concerné par la réalité virtuelle avec un public captif, prêt à investir dans ces nouveaux matériels, voire à acheter d'autres produits leur permettant d'accentuer leur expérience de jeu. L'étude de Deloitte n'annonce pas dans l'immédiat de développements dans le domaine de la télévision ou du cinéma, en raison du coût des caméras. Par ailleurs, une phase de tâtonnement sera nécessaire avant de déterminer les meilleures pratiques à avoir lors d'un tournage en 360° : positionnement des caméras, répartition des équipes techniques sur le lieu de tournage afin qu'elles ne soient pas dans le champ, etc. Les images produites en 360° sont par ailleurs complexes à stocker. Un film tourné en 360° avec 42 caméras d'une résolution de 4K fournira un très grand nombre de rushes, d'une résolution 500 fois supérieure à celle d'un smartphone standard, ce qui change la donne pour compiler et envoyer les fichiers. Pourtant un cinéma : « PickupVRcinema »²²⁰ proposant de visionner des films en réalité virtuelle a ouvert ses portes le 19 mai à Paris, démontrant qu'il existe bel et bien un marché dans ce domaine...mais pour combien de temps ? Par ailleurs, nombre de producteurs ont été échaudés par la disparition des réalisations en 3D et craignent qu'il en soit de même pour la réalité virtuelle. Olivier Ezratty dans son article « La TV 3D ou l'extinction annoncée d'une technologie »²²¹ traite de la mort de la 3D. Si certaines productions ont fédéré le grand public, comme « Avatar » de James Cameron, sorti en 2009, peu de films en 3D ont connu le même succès. Pour Olivier Ezratty, cela tient à la qualité des productions, moins convaincantes qu'« Avatar », et au faible nombre de contenus, difficiles à produire comme à distribuer. La captation 3D est en effet complexe, et le rendu décevant : luminosité insuffisante, lunettes peu confortables, fatigue de l'utilisateur. Seuls les jeux vidéo en 3D ont réellement été consommés, et par les jeunes audiences uniquement. L'émergence des télévisions 4K / UHD a vite damné le pion à la 3D. Début 2016, Samsung et LG Electronics ont annoncé cesser ou du moins réduire drastiquement la fabrication de télévisions avec la fonction 3D. Le parallèle avec la réalité virtuelle est tentant. Celle-ci propose une expérience immersive nouvelle, tout comme la 3D à sa sortie. Mais l'effet produit sera a

²²⁰ Voir l'article du Monde consacré à ce sujet : Tual Morgane, « On a testé...la salle de cinéma en réalité virtuelle », 19 mai 2016 : http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/05/19/on-a-teste-la-salle-de-cinema-en-realite-virtuelle_4922687_4408996.html

²²¹ Article d'Olivier Ezratty publié dans [frenchweb.fr](http://www.frenchweb.fr), 15 février 2016 : <http://www.frenchweb.fr/la-tv-3d-ou-l-extinction-annoncee-dune-technologie/228297>

priori plus qualitatif, même si la qualité des images laisse encore à désirer. Olivier Ezratty souligne des obstacles voisins à ceux qui ont mis un terme à la 3D : « *La complexité de la création de contenus, des contenus plus faciles à créer pour les jeux que pour la fiction, un coût du matériel élevé pour l'instant, et une fatigue physiologique due au port des lunettes. Sans compter la dimension sociale qui peut en interloquer plus d'un, moi y compris ! Est-ce que passé le temps de la découverte, les utilisateurs vont passer beaucoup de temps avec ces casques sur la tête ? C'est difficile à anticiper.* »²²² De nombreux facteurs détermineront la pérennité de la réalité virtuelle : modèle économique, adhésion du grand public, coût des appareils, qualité des contenus, faisabilité de la réalisation, dimension sociale, physiologique...

A la période actuelle d'expérimentation succèdera ainsi peut-être, en fonction du taux de pénétration dans les foyers, l'adoption des films ou émissions en réalité virtuelle. L'étude de Deloitte note d'autres applications émergentes : l'utilisation de la réalité virtuelle par les architectes, l'apprentissage et la transmission du savoir, la visualisation d'hôtels ou de lieux touristiques, ou encore la recherche militaire, qui a créé des simulateurs de vols dès 1930. Récemment le magazine *Sciences et Avenir* s'est fait l'écho de la première opération chirurgicale filmée à 360°. L'opération réalisée par le docteur Sahfi Ahmed au Royal London Hospital le 14 avril 2016 a été retransmise en direct sur internet. Le spectateur se trouvait ainsi immergé dans le bloc opératoire, muni du Samsung VR ou du Google Cardboard. L'article de Damien Hypolite²²³ précise même qu'il sera bientôt possible de toucher les organes du patient grâce à des gants qui simuleront la pression des doigts, technologie qui existe d'ores et déjà. Fait notable : l'étude de Deloitte ne fait pas mention du journalisme immersif. Est-ce en raison du faible nombre de médias qui se sont à ce jour lancés dans les productions en réalité virtuelle et en 360°, de la difficulté à dégager des débouchés et de la rentabilité, de la suspicion des producteurs suite à la disparition de la 3D ?

b. Conférence au CFPJ

Pour les acteurs impliqués, le journalisme immersif représente bien l'avenir du journalisme, ou du moins un axe important de développement, dont il faudra tenir compte sous peine de voir les géants américains (Google, Facebook, Microsoft, les grands groupes médiatiques) se tailler la part du lion. Dans la conférence qui s'est tenue le 12 mai 2016 au CFPJ (Centre de formation et de perfectionnement des journalistes) intitulée « Journalism vidéo, une réalité à 360 », Eric Scherer, directeur de la Prospective à *France Télévisions* et Raphaël Beaugrand, journaliste et réalisateur chez *Okio Report*, ont tous deux insisté sur la plus-value du journalisme à 360°, ainsi que sur la nécessité

²²² *Ibid.*

²²³ Article de Damien Hypolite, 14 avril 2016, [sciencesetavenir.fr](http://www.sciencesetavenir.fr/high-tech/conso/20160330.OBS7395/1ere-mondiale-une-operation-va-etre-filmee-a-360-et-diffusee-en-realite-virtuelle.html), <http://www.sciencesetavenir.fr/high-tech/conso/20160330.OBS7395/1ere-mondiale-une-operation-va-etre-filmee-a-360-et-diffusee-en-realite-virtuelle.html>

de se positionner sur ce nouveau format rapidement. Parmi les indicateurs cités : un marché qui représenterait 70 milliards de dollars d'ici à 2020, plus de 2 millions d'heures de vidéos 360° visionnées dans le Samsung Gear (annonce de Mark Zuckerberg lors de sa conférence annuelle F8)²²⁴ ou encore un million d'utilisateurs actifs comptabilisés au mois d'avril pour le Samsung Gear²²⁵, casque de réalité virtuelle lancé sur le marché il y a six mois. L'intérêt du public va donc croissant, même s'il reste difficile à l'heure actuelle de présager de son évolution dans les mois et les années à venir. Pour Eric Scherer, à terme ce marché serait plus rentable que celui de la télévision. Plusieurs players dédiés à la réalité virtuelle ont été mis en ligne (You Tube, Facebook, Daily Motion), et de nombreux médias ont d'ores et déjà créé plateformes et applis dédiées (*Vice News, Fox Sport, The New York Times, ABC News, CNN, Discovery, Huffington Post* aux Etats-Unis, *Okio Report, Arte 360, France Télévisions, Canal +* en France ou encore *The Guardian* au Royaume-Uni). Lors de la conférence du CFPJ, plusieurs exemples ont été donnés, qui donnent une idée du type d'applications en journalisme immersif. *France TV Sport* a proposé de suivre le tournoi de Roland-Garros (du 16 mai au 5 juin 2016) en 360° grâce à l'appli RG 360°, de sorte que le spectateur puisse suivre les matches au plus près, comme s'il était au bord du court. *The Guardian* a lancé « 6 x 9 », projet de réalité virtuelle sur l'isolement pénitentiaire. Le spectateur se retrouve dans une cellule de prison américaine. En fond sonore, les voix d'anciens détenus témoignent de leurs expériences. L'idée est de mieux appréhender les effets psychologiques engendrés par l'enfermement en étant virtuellement à la place du détenu²²⁶. Dernier exemple : « The Crossing », un reportage immersif sur la crise des réfugiés en Grèce diffusé par le *Huffington Post*. Le groupe AOL, qui possède de nombreux sites de presse dont le *Huffington Post, TechCrunch* ou *Engadget*, a fait l'acquisition du studio de production de vidéos à 360° Ryot en avril 2015 pour développer ses contenus. Outre la production de nouveaux formats et de nouveaux modes d'écriture, le développement du journalisme immersif donne lieu à de nombreuses transactions financières. Le secteur du cinéma n'est pas en reste, avec 30 films en réalité virtuelle présentés lors de la dernière édition de Sundance à Park City, en janvier 2016. L'industrie du porno, influente dans le domaine des nouvelles technologies (par exemple dans le développement de la VHS, du minitel ou du DVD), se lance également dans la VR. Marc Dorsel a récemment présenté l'appli « Dorcel VR ». « *Piper Jaffray estime ainsi que d'ici 2025, les contenus pour adultes seront le troisième secteur le plus lucratif de la réalité virtuelle derrière le jeu vidéo (1,4 milliard) et le sport (1,2 milliard). Le porno en réalité virtuelle*

²²⁴ Article de David- Henri Bismuth « La réalité virtuelle, nouveau cheval de bataille de Facebook », 15 avril 2016, [journaldunet.com](http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/64082/la-realite-virtuelle--nouveau-cheval-de-bataille-de-facebook.shtml) : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/64082/la-realite-virtuelle--nouveau-cheval-de-bataille-de-facebook.shtml>

²²⁵ Article d'Omar Belkaab « Oculus revendique un million d'utilisateurs actifs pour le Samsung Gear VR », 13 mai 2016, [numerama.com](http://www.numerama.com/tech/169980-oculus-revendique-un-million-dutilisateurs-actifs-pour-le-samsung-gear-vr.html) : « <http://www.numerama.com/tech/169980-oculus-revendique-un-million-dutilisateurs-actifs-pour-le-samsung-gear-vr.html>

²²⁶ Article de Tiavina Kleber « The Guardian lance « 6x9 », son tout premier projet de réalité virtuelle », 3 mai 2016, medialism.info, <http://medialism.info/the-guardian-6x9-realite-virtuelle/>

devrait atteindre le milliard de dollars de recette. »²²⁷ La formation investit également dans la réalité virtuelle. En mars 2016, le salon Laval Virtual a présenté plusieurs applications de formation basées sur l'utilisation de casques de réalité virtuelle, comme l'appli « ITX VR » destinée aux techniciens du gaz. Plusieurs grands acteurs industriels mettent en place des cours en réalité virtuelle : ERDF, Orange, Thales, Veolia, La Poste, etc.²²⁸ Enfin, le secteur médical pourrait voir ses pratiques bouleversées par l'utilisation de la réalité virtuelle : « Voir une protéine évoluer vers le noyau d'une cellule en temps réel, ou la représentation de voies neuronales après une IRM prend une toute autre portée de cette manière. »²²⁹

3.2. 360°, réalité virtuelle et réalité augmentée : différentes approches de la réalité

Si la réalité virtuelle est nécessairement à 360°, les contenus à 360° ne sont pas nécessairement en réalité virtuelle. Alors qu'un reportage en 360° se fait en prise de vue réelle, avec plusieurs caméras positionnées de manière à restituer l'espace à 360°, une production en réalité virtuelle recrée les images numériquement. Les deux techniques répondent toutefois à l'appellation « Virtual Reality » (VR). Si la réalité virtuelle n'en est qu'à ses débuts, la réalité augmentée est, elle, à un stade embryonnaire. Le principe est que l'utilisateur voit son environnement réel, auquel sont ajoutées des informations, comme des hologrammes qui viennent se superposer aux images qui l'entourent. Réalité virtuelle et réalité augmentée se distinguent par leurs approches respectives de l'expérience utilisateur et par les effets produits.

a. Caractéristiques de l'expérience immersive dans le discours journalistique

Pour Eric Scherer (propos tenus lors de la conférence du 12 mai au CFPJ), la réalité virtuelle nous coupe de notre univers d'appartenance par le biais du casque que nous portons. Les environnements peuvent être vrais (dans le cas de prises de vue réelles) ou faux (dans le cas d'une recreation par ordinateur), mais l'expérience vécue reste bien réelle. Ce dernier définit l'expérience comme avant tout **immersive** en ce que nous entrons dans l'histoire. Cette immersion impose une totale concentration : le spectateur a peu de chances d'être distrait alors qu'il visionne un contenu en VR. C'est cette capacité immersive qui fonderait le potentiel empathique dont nous avons déjà parlé. Les contenus sont visibles grâce aux casques de réalité virtuelle (également appelés masques de réalité virtuelle) qui sont aujourd'hui relativement lourds. L'idée avec le journalisme immersif est d'abolir la frontière entre

²²⁷ Article de Frédéric Bianchi « Le porno va-t-il faire décoller la réalité virtuelle? », 15 avril 2016, [bfmbusiness.bfmtv.com](http://bfmbusiness.bfmtv.com/le-porno-va-t-il-faire-decoller-la-realite-virtuelle-967214.html) : <http://bfmbusiness.bfmtv.com/le-porno-va-t-il-faire-decoller-la-realite-virtuelle-967214.html>

²²⁸ Article de Julien Bergounhox « Réalité virtuelle : Industriels, architectes, formateurs... pourquoi tous les pros vont s'y mettre », 20 avril 2016, [usine-digitale.fr](http://www.usine-digitale.fr/editorial/realite-virtuelle-industriels-architectes-formateurs-pourquoi-tous-les-pros-vont-s-y-mettre.N387743) : <http://www.usine-digitale.fr/editorial/realite-virtuelle-industriels-architectes-formateurs-pourquoi-tous-les-pros-vont-s-y-mettre.N387743>

²²⁹ *Ibid.*

narrateur et spectateur, en racontant l'histoire depuis le point de vue du spectateur, qui devient témoin de la scène. Enfin, les notions de temps et d'espace seraient battues en brèche. Selon Eric Scherer, les personnes ayant testé ce type de dispositifs disent ne pas avoir mesuré le temps écoulé alors qu'ils étaient plongés dans un autre univers, et ne pas avoir conscience des gestes effectués ou des distances parcourues. La réalité virtuelle jouerait par ailleurs sur la mémoire : puisque les participants « vivent » telle ou telle situation, ils s'en rappellent comme de quelque chose qu'ils ont vécu, et non comme d'une séquence qu'ils auraient simplement visionnée. Enfin, la réalité virtuelle est un média à la première personne. Centrée sur l'individu, cette technologie ne permet pas – dans une grande majorité des cas – de vivre l'expérience à plusieurs.

La réalité augmentée diffère en plusieurs points. Ce sont des lunettes semi-transparentes qui donnent accès au contenu, objet plus léger et qui ne coupe pas l'utilisateur du monde environnant. Eric Scherer parle d'une « expérience enrichie », d'une expérience avant tout **présentielle**. Selon lui, ce n'est plus nous qui entrons dans l'histoire mais l'histoire qui vient à nous. La réalité reste le matériau dominant, auquel viennent s'ajouter différents contenus. Enfin, il est possible de partager l'expérience avec d'autres personnes. Le magazine *The New Yorker* a sorti pour son édition du 18 mai 2016 une couverture en réalité augmentée : « Dessinée par l'artiste Christoph Niemann, la une montre une femme courant dans un métro un café à la main. Mais si le lecteur passe son smartphone ou sa tablette sur la une, il pourra admirer une animation en 3D de la ville de New-York. Pour voir l'animation, il faut utiliser l'application conçue par The New Yorker : *Uncover*. »²³⁰

Plusieurs aspects paraissent ainsi particulièrement saillants dans le discours portant sur le journalisme immersif. **Le centrage sur l'individu**, tout d'abord. Comme nous l'avons noté, il s'agit là d'un média à la première personne. C'est l'utilisateur qui découvre la scène, et non plus le journaliste qui la lui présente. Cet accès direct à l'information le mettrait dans une position privilégiée. Eric Scherer évoque la fin du journalisme surplombant, ou descendant. Il n'y a plus d'organe émetteur qui délivrerait le contenu, mais un rapport horizontal à l'information. Ce serait en quelque sorte au participant de découvrir un milieu, une situation donnée. Il est intéressant de noter que ce processus d'individualisation se couple, toujours dans les propos tenus sur la question, à un sentiment d'empathie ressenti à l'égard des personnages représentés. Ce serait en vivant soi-même l'existence d'un détenu, d'un réfugié syrien, d'une survivante d'Ebola, que nous serions plus à même de comprendre ce dont il s'agit.

La construction des reportages irait de pair avec la constitution d'une **nouvelle grammaire de narration**. Vivre soi-même l'expérience impliquerait une réinvention du storytelling journalistique. Eric Scherer et Raphaël Beaugrand mettent en avant l'implication du spectateur, par opposition aux médias classiques qui ne lui laisseraient d'autre choix que d'assister passivement aux faits retranscrits. « *The*

²³⁰ Article « The New Yorker - New York en réalité augmentée », 10 mai 2016, [realite-virtuelle.com :http://www.realite-virtuelle.com/new-yorker-realite-augmentee](http://www.realite-virtuelle.com/new-yorker-realite-augmentee)

power of VR transfers the news viewer's experience from just learning about events to being in the event. »²³¹

Cela entraîne par ailleurs un certain nombre de **changements dans la réalisation, la prise de son, le montage et la postproduction**. L'équipe technique doit veiller à disparaître totalement du champ des caméras positionnées tout autour de la scène filmée. Cela implique d'actionner les caméras en même temps, et de rester éloigné le temps que dure la prise de vue. Puisque plus personne n'est derrière la caméra pendant le tournage, il importe de veiller à sécuriser le matériel. La durée des plans est également impactée. Un plan dure en moyenne 8 secondes dans un reportage en journalisme immersif, contre 3 dans un reportage traditionnel, afin de laisser au spectateur le temps de voir l'environnement qui l'entoure. La prise de son stéréo (ou binaurale lorsque le son est spatialisé) puis le mixage sont traités différemment : le réalisateur pourra faire le choix d'attirer l'attention du spectateur sur tel ou tel lieu de la scène en augmentant le volume sonore afin de l'inciter à regarder un endroit précis. Les images sont ensuite assemblées selon la méthode du « stitching », puis montées de manière similaire à un reportage traditionnel. La postproduction prend en revanche deux à trois fois plus de temps. La caméra doit rester stable lors du tournage sous peine de déclencher une impression de nausée lors du visionnage. La production de contenus en réalité virtuelle/360° pose en outre des questions de stockage des fichiers, beaucoup plus lourds que pour des vidéos traditionnelles, et d'envoi, beaucoup plus long. Du côté de l'utilisateur, le poids de l'appli importe, car il ne pourra télécharger d'applis de réalité virtuelle si celles-ci nécessitent un espace de stockage trop important sur smartphone. Les contenus proposés prennent en outre davantage de bande passante, ce qui a des implications en terme de débit pour la connexion internet utilisée. Enfin, **le modèle économique de la VR reposera sur l'achat des contenus et sur la publicité**. L'utilisateur sera ainsi exposé à des publicités en 360°. L'usage qui sera fait des données personnelles change de nature : ce ne sont plus les *data type* âge, centres d'intérêt ou géolocalisation qui seront exploitées, mais ce sur quoi porte le regard ou les gestes du spectateur, ce qui pose des problèmes en terme d'éthique et de droit au respect de la vie privée. Enfin, **la VR modifie la chaîne de production** en introduisant de nouveaux acteurs. Les journalistes doivent en effet collaborer avec des développeurs, designers, concepteurs de jeux vidéo pour mener à bien leurs projets.

Au final, dans les discours traitant du sujet, la VR offrirait en quelque sorte le don d'ubiquité à ceux qui l'expérimentent, et leur donnerait en outre la liberté de regarder ce qu'ils souhaitent (nous reviendrons là-dessus).

²³¹ Article de Tom Kent « An ethical reality check for virtual reality journalism », 31 août 2015, [medium.com, https://medium.com/@tjrkent/an-ethical-reality-check-for-virtual-reality-journalism-8e5230673507#.qn7xxdf9l](https://medium.com/@tjrkent/an-ethical-reality-check-for-virtual-reality-journalism-8e5230673507#.qn7xxdf9l)

b. Prise de contact avec les professionnels et choix des productions étudiées

Afin de mener à bien notre étude, nous avons rencontré plusieurs professionnels travaillant sur des projets de journalisme immersif :

- **Chloé Jarry**, productrice nouveaux médias chez Camera Lucida, qui travaille actuellement sur « The Enemy ».
- **Antonin Lhote**, chef de projet numérique à la direction des nouvelles écritures et du transmédia de *France Télévisions*.
- **Heidelinde Blumers**, responsable développement web productions chez *ARTE*.
- **Raphaël Beaugrand**, journaliste, réalisateur de productions en 360° chez *Okio Report*, branche dédiée au journalisme immersif d'*Okio Studio*.

Nous avons par ailleurs testé plusieurs productions en journalisme immersif, sur Google Cardboard (lunettes développées par Google, peu coûteuses et donc plus accessibles que d'autres casques de réalité virtuelle), Samsung VR et sur l'Occulus Rift (développé par Occulus VR, racheté par Facebook en 2014).

- Nous avons établi notre corpus selon plusieurs critères : **la variété des dispositifs d'accès**, afin de rendre compte de la qualité des images, du confort de l'utilisateur, et de l'éventuelle barrière que représenterait le coût à l'achat pour le grand public.
- Nous avons par ailleurs sélectionné des contenus traitant de **l'actualité internationale** : réalité vécue par les populations déplacées (à travers les portraits de trois enfants originaires d'Ukraine, de Syrie et du Soudan du Sud), ravages causés par Ebola (à travers le témoignage d'une survivante de l'épidémie qui recueille des enfants orphelins dans son village), images de Jisr al-Choughour, ville syrienne dévastée, située à une vingtaine de kilomètres de la frontière turque, rencontre avec deux protagonistes du conflit israélo-palestinien (reconstitution en réalité virtuelle d'interviews des deux témoins).
- Tous les formats étudiés sont **courts** (entre cinq et dix minutes). **La plupart sont filmés en VR Vidéo 360° (prise de vue stéréoscopique, images réelles)**, tandis que notre dernier exemple est le fruit d'une **recomposition numérique (VR)**.
- **Différents points de vue sont adoptés** : celui du journaliste avec des commentaires en voix off, celui de témoins qui témoignent à la première personne, celui du participant qui est délibérément placé au centre du dispositif.
- Enfin, les reportages en journalisme immersif étudiés ont été créés par des **productions américaines ou françaises**.

Nous aurions souhaité pouvoir interroger un panel de personnes ayant expérimenté le journalisme immersif. Les contenus sont cependant difficiles d'accès, et le marché encore trop peu développé pour accéder aux contacts de personnes qui ont été amenées à tester ces dispositifs. Nous avons ambitionné recueillir les retours d'expérience de bêta-testeurs sur l'un des projets de notre corpus. Malheureusement la production, Camera Lucida, a rencontré des difficultés techniques qui ont retardé les tests initialement prévus.

Nous tenterons, à travers l'expérimentation des quatre productions choisies, d'évaluer la concordance entre discours et pratique : le journalisme immersif marque-t-il l'effacement du locuteur ? Peut-on parler d'une nouvelle grammaire de narration ? Comment caractériser la présence virtuelle du spectateur ? Le centrage sur l'individu modifie-t-il sa perception de l'environnement auquel il est exposé ? Enfin, en quoi l'émotion suscitée influe-t-elle sur l'intelligibilité d'une situation ?

3.3. Analyse de reportages en journalisme immersif et des discours d'escorte

a. New York Times VR : « The Displaced »



The New York Times se distingue par son investissement massif dans les productions en 360°. Comme précisé précédemment, ce média a mis en place une plateforme dédiée²³² ainsi qu'une application, et a envoyé 1 300 000 Google Cardboard à ses abonnés. Le Google Cardboard est à nos yeux la porte d'entrée

vers la réalité virtuelle, ce qui permet de tester les productions en 360° avant d'éventuellement acheter un casque de réalité virtuelle plus performant. Une fois l'appli téléchargée, il suffit de placer son smartphone à l'intérieur du Cardboard afin d'accéder aux contenus. Un tutoriel donne les indications nécessaires pour construire le Google Cardboard. Le descriptif de l'appli présente un certain nombre de points d'intérêt :

Description

Every day, we bring the world to our readers. With NYT VR, we bring our readers to the world.

Through virtual reality, The New York Times puts you at the center of the stories that only we can tell: stories reported by a staff of award-winning journalists all told through an immersive video experience.

The limits of our storytelling capabilities now stretch further than we ever before imagined, and we are excited to experiment with this new form of journalism.

We'll be posting new stories told in virtual reality every month or so. Be sure to check back for new videos.

Have feedback? Need help? Email NYTVR@nytimes.com.

²³² Site New York Times Virtual Reality : <http://www.nytimes.com/newsgraphics/2015/nytvr/>

L'idée d'un lecteur/spectateur actif (par opposition à ce que seraient les médias traditionnels) est exprimée dès la première phrase. En lieu et place d'un journalisme descendant, construit sur le modèle du média émetteur et d'un lecteur/spectateur récepteur, la réalité virtuelle induirait un nouveau rapport, horizontal, entre le média et sa cible. Journalistes et récepteurs seraient ainsi placés tous deux dans la position de celui qui découvre, qui expérimente. Comme nous l'avons démontré dans nos deux premières parties, la visée immersive, le déclenchement d'émotions, la volonté de faire vivre une réalité donnée par procuration fait partie intégrante des objectifs de la profession : faire ressentir les choses par le récepteur pour qu'il les appréhende pleinement. Au-delà du discours marketing, c'est bien toujours le journaliste qui investigate, repère, interroge en premier lieu, puis restitue les faits au public, à ceci près que le récepteur pourrait (en faisant preuve d'imagination) avoir l'impression d'être à la place du journaliste.

Le second argument développé est celui de la focalisation sur le spectateur. Avec la disparition de l'écran qui sépare environnement réel et images retransmises, celui-ci est de fait placé au centre du reportage, dans une forme d'individualisation, de personnalisation médiatique. C'est un peu comme si le reportage n'était spécifiquement destiné qu'à un unique récepteur, qui aurait la primauté de l'information. Le journaliste disparaissant du prisme, le participant pourrait alors avoir l'impression que les personnes interviewées s'adressent directement à lui.

Le descriptif de l'appli NYT VR mentionne également la qualité des contenus : les contenus disponibles ont été réalisés par des journalistes talentueux, primés. Peut-être s'agit-il de répondre à d'éventuels doutes du public, dubitatif face à un nouveau format médiatique dont on ne sait encore comment le catégoriser, ou qui pourrait s'en détourner en raison de la mauvaise résolution des images, de la technologie encore imparfaite ?

Le vocabulaire, les images utilisées, appartiennent bien à l'utopie de la communication précédemment mentionnée : « *The limits of our storytelling capabilities now stretch further than we ever before imagined, and we are excited to experiment with this new form of journalism.* » Dépasser les limites, jouer le rôle de pionnier, de défricheur, ouvrir le champ à de nouvelles possibilités s'inscrivent dans un imaginaire de la technologie comme source de progrès, moyen de faire fi des contingences humaines. C'est imprégné de ce discours euphorique que le récepteur est invité à tester les productions en réalité virtuelle du *New York Times*.

Parmi les reportages traitant de l'actualité internationale proposés par NYT VR, nous étudierons de plus près « The Displaced ».



« **The Displaced** », reportage de 11'08 centré sur trois enfants déplacés suite à des guerres, a été mis en ligne en novembre 2015 sur la plateforme du *New York Times* dédiée à la réalité virtuelle. Imraan Ismail et Ben C. Solomon sont à la réalisation, Chris Milk (réalisateur américain spécialisé dans le tournage de spots publicitaires et de clips, et depuis peu dans la VR) et Jake Silverstein (rédacteur en chef du *New York Times*) à la direction artistique, et VRSE à la production. En préambule, une phrase nous indique que sur 60 millions de personnes déplacées

dans le monde, près de la moitié sont des enfants. Le spectateur découvre les portraits de trois d'entre eux. Tous ont fui la guerre : Oleg, 11 ans, est Ukrainien, Chuol, 9 ans, Sud-Soudanais, et Hana, 12 ans, Syrienne. Après une présentation des trois protagonistes, le reportage alterne images des différents contextes évoqués et témoignages. Chaque enfant exprime la difficulté de ce qu'il endure, les drames subis, le souhait de retrouver sa vie d'avant. Chez chacun d'entre eux, les auteurs laissent percevoir la part d'enfance qui subsiste : on les voit rire, jouer, faire de la bicyclette...

Aucune voix off ne vient commenter les images, si bien que la réalité n'est appréhendée que par les témoignages des enfants, auxquels vient s'ajouter une musique de circonstance, accroissant encore le caractère dramatique des faits présentés, en fond sonore. Le spectateur peut visionner le reportage en restant assis.

Comme nous l'avons mentionné plus haut, le Google Cardboard n'offre qu'une expérience limitée de la réalité virtuelle. Ainsi, les images sont pixélisées, et il peut être difficile de lire les sous-titres (traductions des paroles des intervenants et éléments factuels permettant de comprendre le contexte). Il nous a à titre personnel été indispensable de visionner à nouveau le reportage sans les lunettes de VR. Il n'est pas possible d'ajuster le Google Cardboard à sa vue, et pour quelqu'un de myope par exemple, cela représente un véritable désagrément.

Le reportage, s'il offre une expérience intéressante à 360° (nous avons effectivement l'impression d'être au milieu de la scène : ville détruite en Syrie, camp de réfugiés au Liban, marais soudanais) n'apporte pas suffisamment d'informations complémentaires pour bien saisir ce dont il s'agit. Mis à part les quelques propos recueillis, il s'agit surtout pour le spectateur de prendre la température des différents lieux, de s'imprégner de l'ambiance qui y règne. Le *New York Times* a publié sur son site, afin de présenter et d'accompagner « The Displaced », un article fourni sur la question des réfugiés et déplacés de la Seconde Guerre Mondiale à nos jours, article à notre sens indispensable à la compréhension du sujet. Cependant l'internaute pourra ou découvrir « The Displaced » sur le site du journal, ou directement sur l'appli, auquel cas il n'aura pas nécessairement connaissance de l'existence de l'article. Ainsi, à notre sens, le visionnage du reportage seul présentera une plus-value expérientielle, mais n'offrira pas les éléments de fond disponibles dans l'article. Mais les réalisations en 360° n'en étant qu'aux balbutiements, il est compréhensible qu'elles soient d'une durée limitée. Or il est difficile, en onze minutes, de faire le tour d'un sujet aussi complexe que la question des déplacés dans le

monde. D'autre part, les technologies permettant de faire du data journalisme en 360° (afin d'accéder par exemple à des données chiffrées, graphiques ou statistiques, sur le modèle de l'infographie) ne sont pas encore au point. De tels apports pourraient ainsi, à l'avenir, combler le déficit informationnel souligné.

La mise en scène ne diffère pas des reportages classiques. « The Displaced » s'ouvre avec l'image d'Oleg écrivant sur un tableau noir au beau milieu d'une école dont il ne reste que des gravats. Le ton général fait appel au pathos du spectateur, qui ne peut rester indifférent face à de telles scènes de destruction et à de tels drames humains. Même si le spectateur peut croire pouvoir toucher du doigt les personnages qui passent sous ses yeux, il serait toutefois péremptoire d'affirmer que le sentiment empathique est plus fort que dans le cas d'un reportage en 2D. Reste à voir si une technologie plus avancée (meilleure résolution de l'image, possibilité de se déplacer dans l'espace et d'interagir avec son environnement) modifie cette perception et accentue l'effet empathique. De plus, si le spectateur peut en effet regarder ce qui l'entoure à 360°, il est malgré tout orienté par les choix narratifs des auteurs et dirigera naturellement son regard vers ce qu'on lui montre : les personnages qui témoignent, tel élément de la scène mis en avant, etc. Par ailleurs, l'idée de tout voir est liée à cette utopie de la totalité déjà évoquée, partie intégrante d'un imaginaire de la communication qui voudrait que le spectateur soit au centre d'un univers dont il pourrait appréhender les moindres recoins. Or les auteurs font le choix de montrer une scène plutôt qu'une autre, une personne plutôt qu'une autre, si bien que le spectateur ne peut par exemple savoir ce qu'il se passe à quelques rues de l'endroit où il se trouve. L'idée d'une accessibilité totale à l'information paraît ainsi illusoire. D'autre part, si l'utilisateur ne voit plus l'écran de son smartphone une fois placé dans le Google Cardboard, c'est bien toujours par l'intermédiaire d'un écran qu'il accède au contenu. Ainsi le spectateur reste conscient du matériel qu'il utilise et de son environnement réel. Il peut imaginer être physiquement présent dans l'univers qu'il découvre, tout en restant conscient qu'il n'y est pas réellement. Enfin, l'idée de disparition du médium n'est pas corroborée par l'utilisation du Google Cardboard. Le spectateur a bel et bien conscience de recourir à cet objet pour accéder aux contenus. Il doit le tenir entre ses mains pendant le visionnage car le Google Cardboard n'inclut pas de bande élastique qui permettrait de le garder sur la tête, réduisant l'effet immersif recherché.

b. Vice Media / United Nations : « Waves of Grace »

« **Waves of Grace** » est un projet difficile à classer. Gabo Aora et Chris Milk ont réalisé cette vidéo de 9'53 pour les Nations Unies. Elle a été produite par VRSE Productions et diffusée par le site *Vice News* et l'appli VRSE en septembre 2015. Il y est question d'une survivante de l'épidémie Ebola, Deontee Davis, qui raconte à la première personne les affres endurées par les habitants de son village au Libéria. On retrouve à la fois dans « Waves of Grace » les codes de l'écriture journalistique et ceux propres à la publicité ou au clip.



Plusieurs informations renseignent le spectateur sur le contexte. L'épidémie Ebola a commencé à décimer l'Afrique de l'ouest en décembre 2013. Deontee Davis a réchappé à la maladie et en est immunisée. Depuis, elle prend soin des orphelins de son village et tente à son propre niveau d'alerter sur la nécessité d'agir afin de venir en aide aux populations touchées. C'est donc à travers sa propre histoire que l'on prend connaissance de la situation. Deontee Davis a perdu son mari et n'a pu approcher ses enfants alors qu'ils étaient eux aussi atteints par la maladie. Le discours joue pleinement sur la corde sensible. On attend du récepteur qu'il soit ému et se sente concerné par ce drame. A la différence de « The Displaced », nulle volonté d'objectivation ne transparait ; nous sommes totalement sur le registre du pathos. Deontee Davis fait appel tout au long de la vidéo à Dieu, qu'elle remercie de l'avoir épargnée et à qui elle demande de l'aide : « *Help us to do your will.* » Son témoignage prend la forme d'une prière, qu'elle conclut d'ailleurs par « *Amen* ». Cette différence de traitement peut nous donner une indication sur la caractérisation de la production, plus proche d'un spot de sensibilisation que d'un reportage, à ceci près que, comme nous l'avons vu, le journalisme peut également se réclamer d'une approche émotionnelle du sujet. « Waves of Grace » étant diffusé par *Vice News*, site d'information international, nous nous situons pourtant bien dans le champ journalistique. Nous pouvons ainsi partir du postulat que l'organe de diffusion partenaire y a vu un intérêt journalistique, même si la production mêle les genres.

La caméra place le spectateur au centre d'un marché local, d'une école, d'un hôpital, si bien que comme dans l'exemple précédent, ce dernier peut avoir l'impression d'être présent sur les lieux. Cet effet se ressent tout particulièrement lors d'une scène d'enterrement. La caméra est placée au-dessus d'une fosse creusée pour accueillir une victime d'Ebola. Plusieurs personnes équipées de combinaisons et de masques afin de les prémunir de toute contamination y déposent le cadavre. Nous retrouvons le même type de commentaires sur l'effet produit. Selon Patrick Milling Smith, co-producteur de VRSE, à propos de « Waves of Grace » : « *You can quite literally make someone feel like they have been teleported to a destination.* »²³³ Les caractéristiques techniques sont comparables à celles décrites à propos de « The Displaced » : mêmes limites en terme visuel ou d'expérience utilisateur avec l'usage du Google Cardboard.

Le dernier texte explicatif nous rappelle qu'il s'agit bien d'un film destiné aux Nations Unies, dont l'objectif est d'alerter les représentants politiques sur leurs responsabilités : « *Until serious changes are made to healthcare and education in developing nations, Ebola and other devastating diseases will continue to ravage the world's most vulnerable people.* » Ici la réalité virtuelle est non seulement utilisée pour générer l'empathie, mais aussi à des fins de lobbying. Les personnes ciblées par les Nations Unies sont en effet celles dont on suppose qu'elles ont le pouvoir de faire changer les choses. En les plaçant virtuellement au cœur d'un village décimé par Ebola, le but est de générer davantage d'empathie, une

²³³ Article de James Temerton « Experience the horror of Ebola in this VR film » du 1er septembre. 2015, [wired.co.uk](http://www.wired.co.uk/news/archive/2015-09/01/waves-of-grace-ebola-virtual-reality-film) : <http://www.wired.co.uk/news/archive/2015-09/01/waves-of-grace-ebola-virtual-reality-film>

prise de conscience plus forte qui entraînera un changement concret dans l'aide apportée aux habitants et les mesures prises pour enrayer l'épidémie. Contrairement à la posture adoptée par le *New York Times* avec « The Displaced », l'idée est ici de recourir à la réalité virtuelle pour changer le cours des choses dans la réalité. Le film ne s'adresse en revanche pas directement au spectateur, à qui aucune indication spécifique n'est donnée pour qu'il agisse (appel au don, possibilité de faire circuler l'information, pétition à signer etc.)

c. *Okio Report* : « Syrie, la bataille pour le Nord »

Mis en ligne en septembre 2015, « Syrie, la bataille pour le Nord » est un reportage en 360° de 5'19 produit par *Okio Report* (lancé par Okio Studio, maison de production spécialisée dans la réalité virtuelle) et SMART (Syria Media Action Revolution Team), organisation de la société civile créée au printemps 2011 pour soutenir le mouvement pacifiste contre



le régime de Bachar el-Assad. En coopération avec ASML, une ONG syrienne, SMART a soutenu les médias libres et indépendants en Syrie. Le reportage traite de l'attaque qui a pris pour cible Jisr el-Chouhour, ville située au nord de la Syrie, au printemps 2015. La voix off commente les images de la ville saccagée : l'affrontement représente une défaite stratégique pour l'armée de Bachar el-Assad face aux rebelles (on voit flotter sur l'un des plans la bannière d'une milice islamiste, « Jabhat al Nostra, affiliée à Al-Qaïda), l'hôpital ainsi que tous les services publics ont été détruits, 90% des habitants ont fui. Des civils témoignent de la violence de l'offensive, et expliquent travailler tant bien que mal au nettoyage des décombres. Une version du reportage avec la voix off en anglais a également été diffusée. Raphaël Beaugrand, journaliste à *Okio Report*, a formé un journaliste de SMART à la réalisation en virtuelle, lequel a ensuite envoyé les rushs à l'agence afin qu'elle prenne en charge le montage et la post-production.

Visible sur Samsung Gear, le reportage propose une expérience plus aboutie à l'utilisateur, qui n'a pas besoin de tenir l'objet entre ses mains comme dans le cas du Google Cardboard, et qui bénéficie d'une meilleure résolution des images. L'immersion recherchée apparaît ainsi plus probante. Pour Raphaël Beaugrand, l'idée avec la réalité virtuelle n'est pas de déclencher l'empathie. Il considère davantage la RV comme un mode de réalisation qui peut s'avérer plus pertinent qu'un reportage en 2D en fonction du sujet abordé : « Une immense majorité de sujets ont un intérêt à être vécus en immersion comme le lieu, le personnage ou l'ambiance sonore. Baigner dans un univers "comme si vous étiez" a

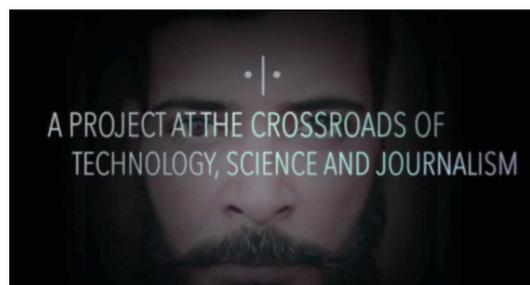
de l'intérêt s'il sert au traitement de la couverture du sujet. »²³⁴ A l'inverse du discours majoritairement repéré dans les médias et porté par les producteurs et journalistes travaillant avec la VR, l'attention est ici portée sur le contenu et non sur la forme. La construction formelle de la vidéo ne diffère pas de celle A l'inverse du discours majoritairement repéré dans les médias et porté par les producteurs et journalistes travaillant avec la VR, l'attention est ici portée au contenu et non à la forme. La construction formelle de la vidéo ne diffère pas de celle des reportages en 2D, si ce n'est par l'allongement de la durée de chaque plan permettant au spectateur d'avoir le temps de voir l'environnement à 360°. Ainsi les choix d'*Okio Report* quant aux sujets traités en 360° sont fonction de la plus-value apportée par cette technique, et non déterminés par la recherche d'un effet empathique. L'agence a produit des reportages sur des sujets aussi variés que la légion étrangère en Guyane, les coulisses du Moulin Rouge ou encore les pompiers de Champerret en pleine opération. Au vu des thématiques traitées, le recours aux tournages en 360° dépend du côté spectaculaire des scènes. Tourner une simple interview en 360° apparaîtrait à cet égard peu pertinent.

A travers les exemples étudiés se dessinent trois types d'objectifs liés à l'utilisation de la VR : déclencher l'empathie, rendre l'aspect spectaculaire d'une situation avec plus de réalisme que ce que permettrait la 2D et faire du lobbying. Mis à part *Okio Report*, dont l'approche est centrée sur la pertinence du sujet dans la justification de l'usage de la VR, un grand nombre de parties prenantes semble focalisé sur la technologie en elle-même, sans la corrélérer explicitement avec le type sujet traité. Outre les focus faits précédemment, nous aurions aussi bien pu citer le reportage du *New York Times* sur le meurtre d'un jeune Mexicain victime d'une bavure de la police aux frontières américaines (« 10 Shots across the Border »), celui de Chris Milk et Gabo Aora (toujours pour les Nations Unies) sur le quotidien d'une jeune réfugiée syrienne dans le camp de réfugiés Zaatari en Jordanie (« Clouds over Sidra »), ou encore l'immersion proposée par *Okio Report* dans le camp de Roms de Ris-Orangis. Ces choix nous incitent donc à penser qu'une des finalités de la VR est de contribuer à une forme de journalisme citoyen, en montrant des images auxquelles le spectateur n'a pas forcément accès, en l'immergeant dans une réalité dont les auteurs souhaitent qu'elle provoque une prise de conscience. La production en 360° et en VR serait envisagée comme un moyen de confronter le spectateur à la réalité d'une situation dans toute sa cruauté, sa violence ou son injustice afin qu'il change de point de vue, ou du moins perçoive les choses avec davantage d'acuité. Cette vision se trouve largement confirmée par « The Enemy », coproduction de *France Télévisions* et *Camera Lucida* sur le conflit israélo-palestinien.

²³⁴ Article de Gaël Clouzard « Bienvenue dans l'ère du reportage immersif », 12 juin 2015, [influence.net : http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com,media,bienvenue-dans-ere-reportage-immersif,5498.html](http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com,media,bienvenue-dans-ere-reportage-immersif,5498.html)

d. France Télévisions : « The Enemy »

Plus qu'une production en 360°, « The Enemy » est plutôt un dispositif qui se situerait entre le reportage et le jeu vidéo. Coproduit par *France Télévisions Nouvelles Ecritures*, ONF/NFB, Camera Lucida et Emissive et Department, il a été écrit par le photographe de guerre Karim Ben Khelifa. Le projet n'est pas encore finalisé : le



dernier prototype devait être testé en juin 2016. Il s'agit là d'une production très ambitieuse. Le spectateur est virtuellement placé au milieu de deux combattants, palestinien et israélien. L'auteur est parti du constat suivant : « *A quoi peuvent servir les images de guerre si elles ne changent pas le rapport des gens à la guerre, aux souffrances qu'elles engendrent, à la violence ? A quoi servent toutes ces images si elles ne créent pas la paix ?* »²³⁵ D'une certaine manière, l'idée est née des questions existentielles posées par un journaliste aux prises avec un sentiment de frustration lié à son métier. Montrer l'existant ne suffit pas, encore faut-il se donner les moyens de le changer. Le principe se situe dans la même veine que « Project Syria »²³⁶, production de Nonny de la Peña datant de 2014, qui ambitionne explicitement de faire prendre conscience aux spectateurs des atrocités de la guerre en Syrie en en faisant l'expérience virtuelle. Le participant est ainsi, par exemple, placé au milieu d'une rue bondée lorsqu'une bombe explose. « Project Syria » mêle images en prise de vue réelle et VR. Dans le cas de « The Enemy », des interviews des combattants ont d'abord été réalisées en prise de vue réelle, puis les témoins ont été modélisés en réalité virtuelle. L'objectif est de montrer l'humain derrière le soldat, et de remettre en cause les *a priori* des spectateurs sur la question : « *L'un après l'autre, ils dévoilent les raisons pour lesquelles ils se sont engagés dans la guerre. Pourquoi ils ont trouvé un jour plus approprié de prendre les armes pour défendre leurs convictions, leur famille, leur pays, leur clan ou leur foi, suivant ainsi leurs parents et ancêtres qui avaient fait de même. Que connaissons-nous exactement des combattants ? Que savons-nous vraiment des motivations qui poussent des êtres humains à s'engager dans le combat, au risque d'être tué, mais aussi au risque de devenir tueur. Et pourquoi, alors que parfois plusieurs générations se sont succédées au combat, continuer la guerre ? Que représente pour eux la liberté ? L'avenir ?* »²³⁷ « The Enemy » a ainsi une portée universaliste. Karim Ben Khelifa explique dans le teaser disponible sur le site dédié qu'au fil des quinze années durant lesquelles il a couvert de multiples conflits en tant que photographe, il lui est apparu que la réalité vécue par les populations était plus souvent similaire que différente. Ainsi faire ressentir aux spectateurs ce que lui a vécu en zone de guerre, plutôt que leur en livrer une restitution à la télévision, apparaît comme un moyen de déclencher une prise de conscience voire un changement

²³⁵ Extrait de la présentation de « The Enemy » sur le site dédié : <http://theenemyishere.org/fr/>

²³⁶ Lien vers la vidéo qui présente « Project Syria » : <https://www.youtube.com/watch?v=v2KG0QM9wP8>

²³⁷ Descriptif du projet sur le site de « The Enemy ».

des opinions et des attitudes. La production prévoit de développer sept autres volets sur le même principe, basés sur les conflits au Congo, au Salvador, au Cachemire, en Birmanie, mais aussi en Corée du Sud et du Nord, en Afghanistan et au Sud-Soudan.

Ici la science est envisagée comme facteur d'amélioration de l'humanité, de résolution des conflits : « *A project at the crossroads of technology, science and journalism.* » Deux chercheurs du MIT, Fox Harrell et Emile Bruneau, ont participé au développement du projet. Les réactions physiologiques des spectateurs seront, une fois le projet finalisé, enregistrées dans le cadre d'une recherche scientifique portant sur l'empathie. Donner la parole aux combattants plutôt que traiter des conflits de manière générale et impersonnelle les singularise et par là même les humanise. « The Enemy » s'inscrit dans le cadre d'expériences précédemment menées, comme celle du psychologue américain Arthur Aron qui a démontré il y a vingt ans qu'un rapprochement s'opérait entre deux inconnus s'ils se regardaient quatre minutes dans les yeux. Le projet dépasse ainsi largement le cadre du reportage pour rejoindre les champs de la philosophie politique, de la sociologie et de la psychologie comportementale : « *"The Enemy" seeks to understand how progress in neuroscience, explorations of artificial intelligence and new technologies, which blend storytelling and video games principles, may converge in a human endeavor, leading to the invention of a new genre.* »²³⁸ Se mettre à la place des deux parties d'un conflit permettrait ainsi de déconstruire les prérequis issus d'une rhétorique de la déshumanisation. Emile Bruno, qui a collaboré à « The Enemy », travaille sur ce sujet dans le cadre des recherches qu'il mène à l'Université de Pennsylvanie²³⁹.

Le casque virtuel utilisé est l'Occlus Rift. Comme dans le cas du Samsung Gear, il est fixé sur la tête de l'utilisateur. « The Enemy » prend la forme d'une installation. Les premières versions ne permettaient pas d'interagir avec les personnages tandis que pour le dernier prototype, les créateurs imaginent par exemple équiper l'utilisateur de gants haptiques capables de restituer des sensations physiques lors de la manipulation d'objets virtuels. Ils réfléchissent ainsi à donner la possibilité aux participants de serrer la main aux combattants à la fin de l'expérience.

L'utilisateur est invité à se diriger vers chacun des combattants modélisés. Dans les premières versions, il est assis et s'oriente dans l'espace grâce à une manette du type de celles utilisées dans les jeux vidéo. Dans la dernière version du prototype, l'utilisateur se tient debout. C'est lorsqu'il s'approche suffisamment des personnages que l'expérience commence. En voix off, le journaliste pose les mêmes questions à chaque combattant : que signifie la guerre pour vous, la paix, avez-vous déjà tué, etc. Ce jeu de questions-réponses vise à mettre l'utilisateur dans la peau des personnages, à imaginer comment lui-même se serait comporté en situation de guerre. Le logo de « The Enemy » reprend visuellement l'idée d'une frontière invisible entre les combattants. Il est représenté par deux points noirs

²³⁸ Extrait de la plaquette de présentation de « The Enemy ».

²³⁹ Voir l'article de Nour Kteily « How hateful rhetoric can create a vicious cycle of dehumanization », 4 janvier 2016 : <http://insight.kellogg.northwestern.edu/article/how-hateful-rhetoric-can-create-a-vicious-cycle-of-dehumanization>

symbolisant les personnages, séparés par un trait noir. Le participant entre dans une pièce dans laquelle se trouvent les ennemis, et est justement placé entre eux, à la place de cette frontière implicite. La série de questions-réponses se déclenche automatiquement lorsqu'il se trouve au contact de chaque personnage, si bien qu'il n'intervient pas concrètement dans les échanges. Les personnages répondent aux déplacements de l'utilisateur : ils se tournent vers l'endroit où il se trouve, le suivent du regard.

Le but est donc bien de créer une proximité physique avec les protagonistes, proximité qui permettrait de déclencher un sentiment empathique et ainsi une meilleure compréhension des mécanismes psychologiques en temps de guerre. « The Enemy » dépasse donc les frontières du journalisme et embrasse une visée humaniste, par des moyens pluridisciplinaires.

L'analyse de ces quatre productions nous a permis de caractériser l'effacement du locuteur comme une modalité du discours, et non comme la suppression effective du journaliste de l'acte d'énonciation. Même si le spectateur se prend au jeu, il perçoit l'intentionnalité du journaliste, ne serait-ce que par les voix off qui orientent à la fois son cheminement dans l'espace et commentent ce qu'il voit. Les reportages qui ne comportent pas de voix off font toujours l'objet d'une construction éditoriale : c'est bien le journaliste qui choisit les images, les angles de vue et le parcours virtuel de l'utilisateur.

Dans les trois premiers cas étudiés le storytelling déployé ne diffère pas de la manière dont les reportages traditionnels sont construits. « The Enemy » propose en revanche une expérience qui mêle les codes journalistiques et ceux du jeu vidéo. Nous ne parlerions pas pour autant d'une nouvelle grammaire de narration mais plutôt d'une hybridation médiatique dont le processus est comparable à ce que nous avons observé concernant le web documentaire. Les ressorts narratifs sont déterminés en fonction de l'expérience présumée de l'audience. Cette expérience étant avant tout sensorielle, la question sera de savoir quelles émotions participeront à la création d'un univers crédible. Quelles informations faire passer par la vue, qu'il s'agisse d'images ou de textes qui apportent des éléments contextuels ? Quelles informations faire passer par l'ouïe, qu'il s'agisse de voix off ou de bande sonore ? 40% des informations que nous fournissent nos sens sont auditives. Cependant la vue est le sens auquel nous accordons le plus d'importance. 50% des informations reçues par le cerveau sont visuelles. Nous sommes par exemple à même d'identifier un objet même si nous n'en voyons qu'une partie. Les créateurs d'une histoire racontée en réalité virtuelle sont particulièrement attentifs à l'intelligence perceptive des récepteurs. Le sensoriel joue un rôle primordial dans leur mode d'expression, il est vecteur d'influence.

Nous avons pu vérifier l'effectivité du centrage sur l'individu à travers nos expérimentations. L'énonciation est bien focalisée sur le récepteur, qui peut se sentir comme destinataire unique du discours entendu au sens large. L'expérience du journalisme immersif diffère bien à notre sens du journalisme classique, mais nous la qualifierions de minorée. Concrètement le spectateur ne fait pas grand chose, il n'a pas d'action à accomplir. Il s'agit surtout d'une expérience émotionnelle qui peut en

effet s'avérer plus intense qu'à l'accoutumée. Si le spectateur peut accepter le pacte journalistique proposé et se croire « sur place » le temps du visionnage, il n'oublie cependant pas le lieu et l'environnement où il se trouve en réalité. L'idée que chaque personne voie des pans distincts d'un reportage en tournant son regard dans une direction plutôt qu'une autre n'entraîne pas à notre sens une unicité de l'expérience, du moins pas dans les quatre productions étudiées. Si chaque utilisateur a la liberté de garder son attention focalisée sur une ville syrienne en ruine face à lui plutôt que de déplacer son regard vers un personnage interviewé dans son dos, il reste en réalité guidé par les choix des auteurs ou scénaristes, et se tournera donc naturellement vers le témoin interviewé, comprenant que l'intérêt du reportage se situe à cet endroit et pas à un autre. Il serait à cet égard intéressant de développer des récits qui comportent plusieurs focus. Deux spectateurs donnés n'auraient alors pas vu la même histoire, ou pas dans le même ordre, et auraient donc un rôle accru dans le dispositif proposé.

3.4. Le journalisme immersif comme fabrique citoyenne : vers un « horizon d'action » ?

Les thématiques abordées dans les reportages cités (guerres, bavures policières, conditions de survie dans des camps de réfugiés, épidémies dévastatrices) renvoient à l'idée d'un journalisme citoyen dont le principe serait non seulement de dénoncer telle ou telle exaction, injustice, mais également de provoquer une prise de conscience, voire un changement de point de vue du spectateur. Ces considérations ont à voir avec l'étude que Luc Boltanski a menée dans « La souffrance à distance »²⁴⁰. Comme il le note en début d'ouvrage, la problématique de l'émotion ressentie par le spectateur et du niveau d'engagement qui en découle n'est pas nouvelle : « *Le dilemme du spectateur n'est pas la conséquence automatique des médias modernes, même si le développement des médias et, particulièrement, de la télévision, ces trente dernières années, l'a dramatisé dans des proportions considérables.* »²⁴¹ Il ne s'agit pas d'un questionnement nouveau qu'aurait fait surgir l'arrivée d'une nouvelle technologie, qu'il s'agisse de la télévision ou de la réalité virtuelle. L'intérêt n'est pas tant de savoir quels changements opérerait le journalisme immersif sur les récepteurs (bien que pour parvenir à un panorama complet du sujet une analyse des ressentis et commentaires des spectateurs aurait été utile), mais plutôt quelle vision se dégage de la profession de journaliste (de la part des journalistes eux-mêmes et du public) à travers le développement de ces nouveaux contenus. Les productions en VR redéfinissent-elles le périmètre d'action et les visées du journaliste ou ne constituent-elles qu'un outil supplémentaire qui n'interviendrait en rien dans la manière de penser le métier ?

²⁴⁰ Boltanski Luc, *La souffrance à distance*, Gallimard, 2007.

²⁴¹ Ibid., p. 15.

a. L'empathie pour la souffrance à distance

En exposant le spectateur aux images de la souffrance à distance, qu'est-ce que l'émetteur escompte comme type de réception ? L'exigence ne se circonscrit-elle qu'à la restitution et à la diffusion d'informations ? « *Les exigences morales face à la souffrance convergent en effet toutes vers un seul impératif : celui de l'action. L'engagement est engagement dans l'action ; intention d'agir ; orientation vers un horizon d'action. Mais quelle forme peut prendre cet engagement quand celui qui est sommé d'agir se trouve à des milliers de kilomètres de celui qui souffre, confortablement installé, à l'abri, devant son poste de télévision, dans le living-room familial ?* »²⁴² Pour Luc Boltanski, les émotions ressenties par le spectateur, si elles l'affectent au point qu'il se sente véritablement concerné par le reportage visionné, l'incitent à une « parole agissante » qui, lorsqu'elle se répand, peut susciter un engagement collectif. Le journalisme citoyen se situe ainsi dans une vision politique des médias. La difficulté réside dans la distance qui sépare l'observateur de l'observé. Le jaillissement de l'émotion suppose de « *franchir une distance tout en conservant la mise en présence.* »²⁴³ Le spectateur doit en effet se sentir suffisamment proche des personnes qui font l'objet du reportage pour éprouver de l'empathie à leur égard, tout en observant la situation de l'extérieur afin d'en décrypter le contenu et de décider du type d'action qu'il entreprendra. Seulement, l'empathie s'exprimera davantage face à la singularité d'un individu que vis-à-vis d'une personne lointaine, dont on ne partage pas les difficultés. Le journalisme immersif apporterait donc un élément nouveau en ce qu'il mettrait le spectateur en présence d'une singularité donnée. L'impression de coprésence serait ainsi à même d'établir une relation de proximité que ne permettrait pas la 2D. Mais cela supposerait que le spectateur oublie le dispositif médiatique par lequel il rencontre virtuellement une population à l'autre bout du monde... Or comme nous l'avons vu cela ne va pas de soi. Tout comme lorsqu'il lit un livre, voit un film au cinéma ou assiste à une pièce de théâtre, le spectateur « fait comme si » : il accepte de jouer le jeu le temps de la représentation, projection, lecture. Il serait donc intéressant d'interroger un panel de récepteurs afin de mener une étude comparative qui nous permettrait de déterminer si le processus à l'œuvre avec le journalisme immersif diffère ou non du journalisme traditionnel. Pour autant, nous pouvons d'ores et déjà observer une volonté des auteurs et producteurs de rapprocher davantage les récepteurs des situations rapportées. Il s'agit alors d'un rapprochement physique, opéré par la réalité virtuelle, qui aurait pour corollaire un rapprochement sensible, émotionnel. « *Mais le spectateur est à l'abri. Il n'est pas plongé dans la situation où se trouve le malheureux ; il n'est pas à ses côtés pendant son agonie ou son supplice.* »²⁴⁴ Le spectateur se trouve-t-il transporté « avec » les réfugiés, les Roms, les victimes de guerres par le truchement de la réalité virtuelle ? Pour l'heure il paraît difficile de le justifier, et nous opterions à notre propre niveau pour un « effet de présence » effectif, mais qui n'engendre pas un

²⁴² *Ibid.*, p. 16.

²⁴³ *Ibid.*, p. 37.

²⁴⁴ *Ibid.*, p. 276.

sentiment de présence équivalent à celui ressenti dans la réalité. Quoi qu'il en soit, le journaliste produit bien les conditions d'une rencontre virtuelle entre un spectateur et un individu qui doit être perçu dans toute sa singularité.

b. De l'empathie à l'action

Outre le don à des ONG ou organismes susceptibles d'agir pour améliorer les choses (ce qui éloigne le récepteur d'une émotion qu'il ressentirait à l'égard de personnes singulières), reste la possibilité d'une prise de parole agissante. « Parler c'est agir » dans le sens d'une action qui aurait des conséquences sur l'opinion publique et les institutions politiques. Le journaliste pouvant dénoncer mais non s'impliquer en vertu de sa neutralité, nous pourrions voir son rôle comme celui d'une délégation de la responsabilité à agir, en renvoyant les récepteurs à leur choix de s'impliquer ou non. Pour Luc Boltanski, la parole agissante naît de la colère ressentie. La parole agissante est une parole indignée, qui renvoie à un « *idéal de l'espace public comme lieu transparent d'une communication généralisée* »²⁴⁵ qui s'inscrit pleinement dans l'utopie de la communication dont il a été précédemment question. La transparence du medium avec la disparition de l'écran induirait une attention plus grande au sort des plus malheureux ; une prise de conscience entraînerait alors une parole dans un espace public constitué autour de causes, qui garantirait la circulation de l'information et sa potentielle prise en compte par des instances décisionnaires.

Or voir à 360°, expérimenter en VR et en retirer des éléments de compréhension d'une situation n'équivaut pas à vivre les choses dans la réalité, à moins de se projeter dans des romans futuristes comme « Player One » d'Ernest Cline qui dépeint un monde exsangue, qui a totalement épuisé ses ressources énergétiques et où l'humanité passe le plus clair de son temps dans une réalité virtuelle plus vraie que nature pour fuir l'horreur du quotidien. Et quand bien même, une intention d'agir dans un univers virtuel est-elle transférable dans la réalité et, si oui, comment ?

L'autre versant d'une utopie de la communication, la totalité, tendrait également à détacher le spectateur du principe d'action. Tout voir suppose d'adopter un regard global qui embrasse la réalité tout en détachant l'observateur du concret. L'idée d'action s'ancre en effet dans le local, le territorial. Dès lors, comment concilier vision globale en réalité virtuelle et engagement réel ? L'ancrage dans la réalité virtuelle ne peut en effet être de même nature que l'ancrage dans le local. Si l'expérimentation, le recours aux sensations proposés par le journalisme immersif peuvent être constitutifs d'une intelligibilité du monde, il paraît quelque peu difficile d'affirmer que ce format nourrit les velléités de changement des spectateurs, ou du moins pas davantage que dans le cadre du journalisme classique. Nous y voyons donc pour les journalistes un nouveau moyen de délégation des moyens d'action.

²⁴⁵ *Ibid.*, p. 49.

Au travers du journalisme immersif pointant vers un « horizon d'action » se dessine une idéologie de l'information comme facteur de changement, d'amélioration du monde en montrant une réalité plus crue, et en déclenchant une prise de conscience. Les différents exemples de productions commentés en troisième partie appartiennent à une forme de journalisme citoyen centré sur la dénonciation de l'injustice, de la violence, le bafouement de droits fondamentaux. Dans ce cas de figure, le journalisme ne s'attache-t-il pas à des considérations plus existentielles liées à la banalité du mal au sens où l'entend Hannah Arendt ? Le journalisme immersif, comme nous l'avons vu avec « The Enemy », rejoint dans cette optique une finalité philosophique et morale. Sensibiliser le public au manque de fondements tangibles d'une haine ancrée dans l'inconscient collectif entre Israéliens et Palestiniens par le biais de la réalité virtuelle a en effet une portée politique et idéologique qui dépasse le simple rendu des faits.

Bilan : idéologie et délégation politique

La confrontation des recherches théoriques effectuées en premières et deuxièmes parties à la réalité économique, aux conditions de production, aux discours et à l'étude de quatre exemples de contenus nous ont permis de dégager plusieurs traits saillants :

1. Economie et idéologie

- La confrontation de deux types de sources d'informations, une étude économique de Deloitte et des propos tenus lors d'une conférence portant sur le journalisme immersif au CFPJ, nous ont permis de rappeler l'**influence du contexte d'émission des discours**. L'étude de Deloitte s'inscrit dans un cadre économique ; elle émet des hypothèses quant à la prospective de la réalité virtuelle en partant de données chiffrées. N'évoquant pas le cas du journalisme immersif, elle semble indiquer que ce secteur ne fait pas partie des domaines de développement de la réalité virtuelle. Lors de la conférence au CFPJ, les intervenants se situaient dans un lieu réputé de formation des journalistes. Leur parole était ainsi représentative d'une profession, et en cela porteuse d'une vision corporatiste : il faut que les médias français se positionnent sur ce nouveau format sans quoi les « géants américains » ne leur laisseront aucune possibilité de lancer leurs produits. Beaucoup de médias ont ainsi investi dans les productions de journalisme immersif à travers le monde, même si l'audience reste à ce jour limitée.
- Aujourd'hui les outils permettant d'accéder à la réalité virtuelle **ne font pas encore partie des usages**, notamment en raison de leur coût. Certaines initiatives, comme celle du *New York Times* qui a envoyé gratuitement 1 300 000 Google Cardboard à ses abonnés, pourraient cependant contribuer à la propagation de cette technologie.

2. Métier et typologie de contenus

- La production de formats en journalisme immersif **modifie les conditions techniques de production, et introduit de nouveaux acteurs avec lesquels les journalistes collaborent** : développeurs, créateurs de jeux vidéo, designers, etc.
- Les contenus étudiés sont soit semblables aux reportages traditionnels du point de vue de la construction narrative (« The Displaced », « Waves of Grace », « Syrie, la bataille pour le Nord »), soit se distinguent par **l'hybridation médiatique** qui les fonde. « The Enemy » mêle plusieurs codes, celui du journalisme et du jeu vidéo, tout en s'inscrivant dans le champ de la psychologie comportementale.

3. Interaction et pouvoir

- Si l'arrivée des contenus en 360° et en réalité virtuelle modifie notre rapport à l'espace, **on ne peut parler de véritable interaction entre l'utilisateur et l'environnement recréé**. Ce dernier se trouve toujours dans la position de spectateur. Le discours valorisant l'action directe du spectateur et la disparition de la barrière de l'écran, *a contrario* de ce que seraient les « anciens médias », ne prend pas appui sur des données tangibles mais est le fruit d'une **utopie de la communication qui projette un imaginaire de la totalité et de la transparence**. Les récepteurs de médias tels que la presse écrite, la radio, la télévision et internet sont en réalité actifs, tout comme démontré en deuxième partie, et ceux qui testent les productions en journalisme immersif **ne nous paraissent par ailleurs pas dotés d'un pouvoir d'action plus étendu**.

4. Discours euphorique lié aux apports de la technologie

- La focalisation sur la forme et non sur le fond résulte d'une **vision euphorique de la technologie**, se fondant sur **ce que les médias font aux gens et non sur le que les gens font aux médias**. Tout dépend comme lors de l'arrivée de toute nouvelle technologie de l'utilisation qui en sera faite.
- L'utilisation des casques de réalité virtuelle est avant tout individualiste. Il n'est à l'heure actuelle pas possible de partager l'expérience avec d'autres utilisateurs, même si cette possibilité est en cours de développement. La vision de la VR comme « machine à empathie »²⁴⁶ apparaît étonnante en ce que **les dispositifs sont centrés sur l'individu et non sur le partage d'expérience**.

²⁴⁶ Propos tenus par Chris Milk, réalisateur de productions en réalité virtuelle, lors de la conférence TED de mars 2015. TED est une organisation américaine à but non lucratif qui publie sur son site des conférences de 18 minutes maximum portant sur tous types de sujets.
https://www.ted.com/talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine?language=fr-ca

5. Discours journalistique et expérimentation des productions

- L'effacement du locuteur et les références à une nouvelle grammaire de narration nous sont apparus comme **constitutifs de l'ethos journalistique**. La disparition de l'énonciation renvoie à une utopie de l'authenticité, et l'invention d'un nouveau storytelling à une **utopie de la nouveauté**.

- Si le centrage sur l'individu est réel, le discours se vérifiant par l'expérience, l'impression de présence s'inscrit dans le cadre d'un **pacte journalistique** qui ne diffère pas du pacte de lecture évoqué en première partie. Le spectateur « fait comme si » il y était tout en ayant conscience de ne pas y être.

6. L'empathie : entre horizon d'action et délégation des responsabilités

- Certaines productions, comme « The Enemy » ou « 6 x 9 », production du *Guardian* qui consiste à faire vivre l'enfermement carcéral aux utilisateurs, **sortent à notre sens du champ strictement journalistique**. Nous n'avons pas seulement affaire à une hybridation médiatique (mélange des codes du journalisme et du jeu vidéo). Il s'agit également d'un mixage des champs disciplinaires. « The Enemy » et « 6 x 9 » ont pour but de mettre en évidence l'impact psychologique engendré par l'expérience. Mais comme le note l'auteur d'un article sur *prison.20minutes-blogs.fr*, l'impact psychologique est-il transférable ? Et d'ajouter : « *Je connais un détenu qui a subi 7 fois 45 jours en isolement. Il en est sorti pour aller en hôpital psychiatrique d'où il a été libéré en ne sachant plus répondre que par oui ou non... On touche là les limites de l'expérience virtuelle.* »²⁴⁷

- Le journalisme immersif recrée virtuellement deux conditions qui semblent indispensables à la naissance de l'empathie : **la singularité des personnages et l'ancrage dans une situation locale**. Il se n'intéresse non pas au contexte général mais à l'humain derrière le contexte. Avec « The Enemy », l'idée est de « rencontrer » les combattants israélien et palestinien, de comprendre ce qu'ils vivent, d'appréhender leurs motivations. Dans les trois autres exemples cités le but est d'être sur terrain, au plus près des protagonistes.

- Le recours à la réalité virtuelle et, dans le cas de « The Enemy », à l'intelligence artificielle pour changer la perception des participants et ainsi changer le monde revient à leur **déléguer la responsabilité d'agir**. Celle-ci est plus clairement exprimée dans « Waves if Grace » qui se situe dans une perspective de lobbying. La démarche est à la fois celle d'un **journalisme citoyen** impliqué dans la dénonciation des injustices, de la violence, des atteintes aux droits fondamentaux, et celle d'un **transfert de la capacité à agir**.

²⁴⁷ Article du 2 mai 2016 de prison.20minutes-blogs.fr, site traitant de l'actualité du monde carcéral : <http://prison.20minutes-blogs.fr/archive/2016/05/02/la-prison-en-realite-virtuelle.html>

Conclusion

Le récent développement de productions en réalité virtuelle et la possibilité pour le grand public de les tester a été accompagné d'une importante couverture médiatique, le plus souvent euphorique quant aux apports présumés de cette nouvelle technologie. De ces discours d'escorte ressortent deux aspects qui nous ont interpellés : la faculté immersive de la réalité virtuelle et son corollaire, l'empathie. Nous nous sommes employée à travers notre étude à recontextualiser ces discours en adossant notre analyse à certaines notions clés qui nous ont permis d'observer ce phénomène avec le recul historique et épistémologique nécessaire.

Cet examen a mis en lumière une tendance, dans les multiples articles traitant du sujet, à se focaliser davantage sur l'objet technologique que sur les partis pris éditoriaux des productions qui ont vu le jour. L'immersion est ainsi abordée prioritairement sous l'angle de la nouveauté. En adoptant un point de vue diachronique et comparatiste, nous avons dressé une « histoire de l'immersion », montrant que cette notion s'inscrivait dans une tradition artistique et professionnelle. Cette première approche du sujet a mis en exergue une deuxième notion fondamentale dans l'étude de la réalité virtuelle et du journalisme immersif : la participation du récepteur. Il nous a été indispensable d'ancrer notre travail à un niveau théorique pour mettre au point une grille d'analyse nous permettant, par la suite, de lire les différents exemples de productions en journalisme immersif choisis à partir des hypothèses formulées. Le choix de concentrer notre réflexion sur le journalisme immersif plutôt que sur la réalité virtuelle en général a été motivé par cette apparente contradiction : comment informer, retranscrire les faits sous une forme qui peut d'emblée susciter des doutes, la réalité virtuelle s'inscrivant, dans l'imaginaire collectif du moins, dans le domaine de l'illusion ? Nous avons posé plusieurs postulats : d'une part réalité virtuelle et vérité se s'opposent pas, la réalité virtuelle étant une technique qui ne présage en rien de la crédulité ou de l'incrédulité du spectateur ; d'autre part le recours aux sensations, à l'expérience a pour but d'accroître le réalisme de la restitution des faits, et ce faisant contribue à une appréhension des choses plus complète. Enfin, la transparence, la globalité, la disparition du médium, le centrage sur l'individu, la focalisation sur l'empathie mis en avant dans les discours se rattachent à une utopie de la communication qui se déploie lors de l'émergence de toute nouvelle technologie. La mise en exergue de cette utopie de la communication nous a notamment permis de caractériser différents types de propos : une étude de la prospective menée par le cabinet Deloitte qui s'inscrit dans un champ économique, et une conférence qui s'est tenue au CFPJ qui s'inscrit à la fois dans un champ professionnel et idéologique.

Nous avons tenté, lors de notre étude de terrain portant sur quatre productions de journalisme immersif, de répondre à notre interrogation liminaire : l'émotion est-elle vecteur d'intelligibilité ou au contraire simulacre de participation au monde ? Il nous est apparu que le journalisme immersif, contrairement à la télévision et aux médias dits « anciens », singularisait les personnages filmés ou virtuellement

recr es, et donnait effectivement l'impression d'être « sur place ». Ainsi l'expérience propre au journalisme immersif contribue à une intelligibilité plus large des situations évoquées. L'empathie suscitée peut effectivement s'avérer plus forte, même si elle dépend toujours de la subjectivité de chacun et de l'intérêt porté au sujet. Il serait toutefois nécessaire d'effectuer des entretiens poussés auprès d'utilisateurs pour évaluer la portée de cette technologie en matière d'empathie. A cet égard, les résultats des recherches en neurosciences et en psychologie comportementale menées par les équipes de « The Enemy » nous permettront peut-être à l'avenir de nous prononcer plus clairement sur cette question. Mais l'intelligibilité d'une situation ne se résume pas à l'émotion perçue. La réduction de l'information à sa seule dimension sensorielle ou émotionnelle occulte le versant analytique indispensable à sa compréhension. Cette démarche affective doit inévitablement s'accompagner d'outils interprétatifs, d'une grille de lecture sans laquelle le récepteur ne pourra faire la part des choses entre le vrai et le faux.

Comme nous l'avons mentionné, la grande majorité des articles portant sur la réalité virtuelle font l'éloge de cette technologie. En générant de l'empathie, la réalité virtuelle changerait le point de vue des utilisateurs, engendrerait une meilleure compréhension des conflits internationaux, donnerait les clés de lecture pour se détacher de nos *a priori*, de nos prérequis culturels ou politiques. La technologie porterait donc en son sein cette visée humaniste. Or, imputer cette faculté à la technologie et non   la démarche des créateurs et des producteurs relève de l'absurde. L'utopie de la communication qui s'exprime ici présente le danger de passer sous silence les risques d'ordre éthique qu'entraînerait un mauvais usage de la technologie. Deux philosophes de l'université de Mainz en Allemagne, Michael Madary et Thomas Metzinger, ont rédigé un code éthique de la réalité virtuelle²⁴⁸. Publié en février 2016 dans la revue *Frontiers in Robotics and AI*, il examine les possibilités de manipulation mentale et comportementale et liste les recommandations à adopter pour se prémunir de telles utilisations. Parmi ces préconisations : le respect du principe de non-malfaisance de l'Association de Psychologie Américaine, l'obligation d'informer les utilisateurs des risques encourus, l'obligation de la part des chercheurs et des médias de ne pas survendre les bénéfices de la réalité virtuelle, en particulier dans ses applications médicales, l'attention portée à une technologie qui pourrait être utilisée à d'autres fins que celles pour lesquelles elle a été conçue, notamment militaires (comme instrument de torture ou moyen de réduire l'empathie d'un soldat pour l'ennemi), le contrôle de la diffusion des données personnelles et le respect de la vie privée dans le cas des publicités ciblées. Les auteurs assurent ne pas être opposés à la réalité virtuelle, ils encouragent au contraire la poursuite des recherches afin d'accroître nos connaissances sur les applications possibles et de mettre en place des garde-fous garantissant un usage à bon escient. Nous étude a démontré l'importance de la part des médias de se

²⁴⁸ Article de Oberhaus Daniel, « Nous avons déjà enfreint le premier code d'éthique sur la réalité virtuelle », 7 mars 2016, motherboard.vice.com : <http://motherboard.vice.com/fr/read/nous-avons-deja-enfreint-les-premieres-lois-ethiques-sur-la-realite-virtuelle>

détacher d'une utopie de la communication qui masque les véritables enjeux. Evoquer les conséquences louables que pourrait avoir la réalité virtuelle nécessiterait de s'appuyer sur des études qui ont démontré l'existence d'un tel impact. Par ailleurs, il serait utile d'envisager également les conséquences néfastes possibles.

Que ces effets soient avérés ou non, il nous semble important de souligner le changement de positionnement que cela implique chez le journaliste. L'étude d'exemples représentatifs de productions en journalisme immersif a révélé une volonté de dépasser le simple rôle de transmetteur. Les films réalisés pour les Nations Unies ont une vocation de lobbying. Leurs auteurs entendent faire évoluer le regard des représentants politiques, et les inciter à agir. « The Enemy » part du questionnement existentiel du créateur : photographe de guerre durant quinze ans, il est confronté aux limites de son métier. A quoi bon montrer la réalité de la guerre aux quatre coins du monde si cela ne contribue pas à améliorer les situations dépeintes ? L'action ne passe cependant pas par le journaliste lui-même. Il se place dans une optique d'instigateur du changement, déléguant le choix et les moyens d'agir aux spectateurs. Ce changement de prisme n'est-il pas le signe d'une perte de confiance en la capacité décisionnaire des instances politiques et des représentants de la société civile ? Et que faire de l'empathie ressentie ? L'idéal de participation véhiculé par les discours sur la réalité virtuelle se traduit-il par une participation effective des spectateurs à la marche du monde ? L'action nécessite à notre sens un ancrage dans le local : la présence virtuelle du participant n'équivaut pas à sa présence réelle. Ainsi l'utopie de participation n'est, de fait, que simulacre de participation. Pour autant, la nature des productions étudiées dénote selon nous un questionnement de fond sur la banalité du mal, qui se situe dans la lignée d'Hannah Arendt ou Michel Terestchenko. Dans « Un si fragile vernis d'humanité. Banalité du bien, banalité du mal », ce dernier interroge les motivations des actes bienveillants ou au contraire malveillants, notamment en temps de guerre. Plusieurs études en psychologie comportementale, l'expérience de Milgram, l'expérience de la prison de Stanford ont révélé le rôle joué par la soumission à l'autorité dans les conduites observées. Les travaux menés par Samuel et Pearl Oliner auprès des personnes qui ont sauvé des juifs pendant la Seconde Guerre mondiale ont montré l'importance de l'éducation et des convictions éthiques, religieuses et philosophiques dans la propension à œuvrer pour une cause juste. Nous discernons dans des productions telles que « The Enemy », « 6 x 9 » ou « Waves of Grace » ce même besoin d'explicitier l'absence d'action pour remédier à telle ou telle situation critique avec pour objectifs de déconstruire la rhétorique de la déshumanisation qui nourrit la haine entre Israéliens et Palestiniens, apporter une réponse politique pour endiguer l'épidémie d'Ebola ou encore interroger les conséquences psychologiques de l'enfermement carcéral. La réalité virtuelle est ainsi utilisée comme un nouvel outil d'analyse des comportements humains. Au-delà de la nouveauté technologique, ces réalisations traduisent un besoin existentiel de comprendre la banalité du mal et de changer le monde, sans toutefois donner aux récepteurs les moyens d'agir.

Bibliographie

Ouvrages

- Artaud Antonin, *Le théâtre et son double*, 1935, in Artaud Œuvres, *Quarto Gallimard*, 2004
- Artaud Antonin, *Van Gogh le suicidé de la société*, 1947, in Artaud Œuvres, *Quarto Gallimard*, 2004
- Aumont Jacques, *L'image*, Armand Collin Cinéma, 2005
- Bachalard Gaston, *La Poétique de l'espace*, PUF Quadrige, 1957
- Barthes Roland, *Mythologies*, Editions du Seuil, 1957
- Becker Colette, *Lire le réalisme et le naturalisme*, Lettres Sup, Armand Colin, 2000
- Bellour Raymond, *Le corps du cinéma. Hypnoses, émotions, animalités*, P.O.L. Trafic, 2009
- Berger Peter et Luckmann Thomas, *La construction sociale de la réalité*, Armand Colin, 2014
- Boltanski Luc, *La souffrance à distance*, Gallimard, 2007
- Bouko Catherine, *Théâtre et réception, le spectateur dramatique*, P.I.E. Peter Lang, Bruxelles, 2010
- Copans Jean, *Introduction à l'ethnologie et l'anthropologie*, Nathan Université, Collection 128, 1996
- Debaene Vincent, *L'adieu au voyage. L'ethnologie française entre science et littérature*, NRF, Editions Gallimard, Bibliothèque des Sciences Humaines, 2010
- Deleuze Gilles, *Le Bergsonisme*, PUF, 1966
- Deleuze Gilles, *Différence et répétition*, PUF, 1968
- Deleuze Gilles, *Cinéma 1 – Image-mouvement*, les Editions de Minuit, 1983
- Deleuze Gilles, *Cinéma 2 – Image-mouvement*, Les Editions de Minuit, 1985
- Eco Umberto, *Lector in fabula*, Le Livre de Poche, Biblio Essais, 1985
- Foucault Michel, *L'Archéologie du savoir*, Tel Gallimard, 1969
- Jeanneret Yves, *Penser la trivialité. Volume 1 : la vie triviale des êtres culturels*, Lavoisier, 2008
- Jeanneret Yves, *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*, Septentrion Presses Universitaires, 2011
- Kandinsky, *Du Spirituel dans l'art, et dans la peinture en particulier*, Folio Essais, 1954
- Lévy Pierre, *Qu'est-ce que le virtuel ?*, La Découverte, Sciences et Société, 1995
- Lallier Christian, *Pour une anthropologie filmée des interactions sociales*, Editions des archives contemporaines, 2009
- Merleau-Ponty, *Phénoménologie de la perception*, Tel Gallimard, 1945
- Morin Edgar, *Le cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie*, Les Editions de Minuit, 1956
- Neveu Erik, *Sociologie du journalisme*, La Découverte, 2013
- Quéau Philippe, *Eloge de la simulation – De la vie des langages à la synthèse des images*, Editions

Champ Vallon/INA, 1986

- Quéau Philippe, *Le virtuel – Vertus et vertiges*, Editions Champ Vallon/INA, 1993
- Ribon Michel, *L'art, miroir de vies et créateur de mondes*, L'Harmattan, 2010
- Rigaut Paul, *Au-delà du virtuel*, L'Harmattan, 2001
- Ryan Marie-Laure, *Narrative as Virtual Reality*, The Johns Hopkins University Press, 2001
- Satié Alain, *Perception de l'esthétique de la lumière dans la peinture contemporaine*, Collection Culture, Editions Niala, 2005
- Timothée Picard, *L'art total. Grandeur et misère d'une utopie (Autour de Wagner)*, Presses Universitaires de Rennes, 2006
- Tisseron Serge, *Subjectivation et empathie dans les mondes numériques*, Dunod, 2013
- Urbain Jean-Didier, *Ethnologue, mais pas trop...*, Petite Bibliothèque Payot, 2003
- Winkins Yves, *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, De Boeck Université, 2001

Ouvrages collectifs

- Bouko Catherine, « *Corps et immersion* » ou les pratiques immersives dans les arts de la monstration, L'Harmattan, Collection « Champs visuels », 2012
- De France Claudine, *Pour une anthropologie visuelle*, Mouton Editeur, Cahiers de l'homme, Nouvelle série XIX, 1979
- Hamel Jacques, *L'analyse qualitative interdisciplinaire*, Définition et réflexions, L'Harmattan, 2010
- Picon-Vallin Béatrice, *La scène et les images*, CNRS Editions, collection Arts du spectacle/Les Voies de la création théâtrale, 2001

Colloques

- Actes du colloque « En immersion – Expériences / pratiques / représentations de l'immersion en sciences sociales, journalisme et littérature », IEP de Rennes, 27-29 novembre 2013 :
Le Cam Florence et Van den Dungen Pierre, Le journalisme "déguisé" en Belgique francophone (1870-1910)
Neveu Erik, « "Immersion journalism" aux USA. Quand le journalisme aide à comprendre le monde social »

Articles scientifiques

- Ambroise-Rendu Anne-Clauden, Du dessin de presse à la photographie (1878-1914) : histoire d'une mutation technique et culturelle, *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, Janvier-Mars 1992
- Aubert Nicole, « Les nouvelles quêtes d'éternité », *Etudes*, Tome 408, 2008

- Barthes Roland, « L'effet de réel », in *Communications*, 11, « Recherches sémiologiques du vraisemblable », 1968
- Bénassi Stéphane, « Strip-tease : quand le documentaire refuse de devenir reportage », *CinémAction*, n°84n, 1997
- Bonoli Lorenzo, « Ecriture de la réalité », *Poétique*, n°137, 2004
- Bouko Catherine, André Helbo et Elodie Verlinden « Théâtre et spectacle vivant. Mutations contemporaines », *Revue internationale de Philosophie* n°255, « Le théâtre, de la Renaissance à aujourd'hui », 2011
- Breton Philippe, « L'utopie de la communication entre l'idéal de la fusion et la recherche de la transparence », *Quaderni* n°28, « Utopie et imaginaire de la communication », Hiver 1996
- Costa Colajanni Giuliana, « Ecrire le réel : le fait divers et la chronique populaire selon Vallès », *Vallès et le sens du réel*, *Revue de lectures et d'études vallésiennes*, n°38, 2008
- Dupont Laurent, « Aux larmes citoyen », n°561, *lacanquotidien.fr*, publié le 28 janvier 2016
- Gantier Samuel et Bolka Laure, « L'expérience immersive du web-documentaire : études de cas et pistes de réflexion », *Les Cahiers du journalisme*, n°22/23, Automne 2011
- Gervais Thierry, « La photographie, un nouveau type d'information visuelle ? », *Vallès et le sens du réel*, *Revue de lectures et d'études vallésiennes*, n°38, 2008
- Haddouk Lise, « La place du corps dans les rites numériques », *Les Cahiers du numérique*, « Réalités numériques », vol.9, 2013
- Jost François, « Que signifie parler de "réalité" à la télévision ? », in *Télévision*, n°1 « Télévision et réalité », 2010
- Lallart Elise, Voisin Camille et Jouvent Roland, « La réalité virtuelle : un outil de réalisme », *Psychologie clinique*, n° 37 « Le virtuel pour quoi faire ? », 2014
- Olivési Stéphane, « Avant-propos : Utopie et imaginaire de la communication », *Quaderni* n°28, « Utopie et imaginaire de la communication », Hiver 1996
- Philippe Marion, « L'affect télévisuel. Les funérailles du roi Baudouin », *revue Hermès* 13-14, 1994
- Piemme Jean-Pierre, « Les illusions de la communication », *Réseaux* vol.2 n°8, « Où est la théorie de la communication ? », 1984
- Pinson Guillaume et Marie-Eve Thérenty, « Introduction à l'invention du reportage », *Autour de Vallès*, *Revue de lectures et d'études vallésiennes*, n°40, 2010
- Quéau Philippe, « La pensée virtuelle », *Réseaux*, vol. 11, n°61 « Vers une nouvelle pensée visuelle », 1993
- Quéau Philippe, « Le virtuel : une utopie réalisée », *Quaderni* n°28, « Utopie et imaginaire de la

communication », Hiver 1996

- Raynauld Isabelle, « Le cinématographe comme nouvelle technologie : opacité et transparence », *Cinémas : revue d'études cinématographiques / Cinémas : Journal of Film Studies*, vol. 14, n°1, 2003
- Robin Régine, « Du corps cyborg au stade de l'écran », *Communications* n°70, 2000
- Saminadayar-Perrin Corinne, « Poétique de l'information sous le Second Empire », *Vallès et le sens du réel*, Revue de lectures et d'études vallésiennes, n°38, 2008
- Sepulchre Sarah, « Les constellations narratives. Que font les téléspectateurs des adaptations multimédiatiques des séries télévisées ? », tvseries.revues.org, mis en ligne le 15/09/2013
- Tisseron Serge, « Intimité et extimité », *Communications*, n°88 « Cultures du numérique », 2011
- Zerbib Olivier, « Split Screen 2.0. Croisements narratifs et partages réflexifs des séries télévisées aux jeux vidéo », *Télévision*, n°5 « La télévision et après : vers le transmédia », CNRS Edition, 2014

Articles

- Becquet Nicolas, « Réalité virtuelle et journalism, mode d'emploi avec Raphaël Beaugrand », mediatype.be, 17/02/2016
- Belkaab Omar, « Oculus revendique un million d'utilisateurs actifs pour le Samsung Gear », numerama.com, mis en ligne le 13/05/2016
- Bergounhoux, « Réalité virtuelle : industriels, architectes, formateurs... pourquoi tous les pros vont s'y mettre », usine-digitale.fr, mis en ligne le 20/04/2016
- Bianchi Frédéric, « Le porno va-t-il faire décoller la réalité virtuelle ? », bfmbusiness.bfmtv.com, mis en ligne le
- Bismuth David-Henri, « La réalité virtuelle, nouveau cheval de bataille de Facebook », journaldunet.com, 15/04/2016
- Blachère Thomas, « La réalité virtuelle va-t-elle révolutionner le journalisme ? », blog.citizenside.com, mis en ligne le 24/06/2015
- Boisseau Cécile, « Vidéo : volez comme un oiseau grâce à la réalité virtuelle », 01net.com, mis en ligne le 10/04/2015
- Bouin Jérôme, « TF1 invente le reportage en plan-séquence dans un JT », lefigaro.fr, mis en ligne le 6/01/2010
- Chazelle Barbara, « Journalisme : quelle éthique en réalité virtuelle ? », meta-media.fr, mis en ligne le 2/09/2015
- Clouzard Gaël, « Bienvenue dans l'ère du reportage immersif », influenca.net, mis en ligne le 12/06/2015
- Coosemans Serge, « Par amour de la science et au service du journalisme immersif, je me suis

- drogué », focus.levif.be, mis en ligne le 10/11/2014
- Douani Damien, « #NuitDebout rassemble 80.000 personnes sur Periscope : les 4 ingrédients d'un live réussi », leplus.nouvelobs.com, publié le 5/04/2016
 - Ezratty Olivier, « La TV 3D ou l'extinction annoncée d'une technologie », frenchweb.fr, 15/02/2016
 - Fievet Cyril, « Nouveau journalisme : placer le spectateur au cœur des événements ? », bluewin.ch, mis en ligne le 6/02/2015
 - Grelier Coralie, « Le journalisme devient immersif avec l'Oculus Rift », goggleses.fr, mis en ligne le 5/07/2014
 - Hypolite Damien, « La première opération chirurgicale filmée à 360° », sciencesetavenir.fr, mis en ligne le 14/04/2016
 - Kent Thomas, « An ethical reality check for virtual reality journalism », medium.com, mis en ligne le 31/08/2015
 - Kleber Tiavina, « The Guardian lance « 6 x 9 », son tout premier projet de réalité virtuelle », medialism.info, mis en ligne le 3/05/2016
 - Kteily Nour, « How hateful rhetoric can create a vicious cycle of dehumanization », insight.kellogg.northwestern.edu, mis en ligne le 4/01/2016
 - Moutot Anaïs, « Réalité virtuelle : une nouvelle forme de storytelling pour les médias », lesechos.fr, mis en ligne le 12/03/2016
 - Nicolas (nom de famille non précisé), « The New-Yorker – New York en réalité augmentée », realite-virtuelle.com, mis en ligne le 10/05/2016
 - «Rmax», « Preview : On a testé TheBlu : Encounter sur HTC Vive », casques-vr.com, mis en ligne le 30/10/2015
 - Ségalov Michael, « J'ai travaillé undercover chez Amazon pour Noël », vice.com, mis en ligne le 24/12/2015
 - Temerton James, « Experience the horror of Ebola in this VR film », wired.co.uk, mis en ligne le 1/09/2015
 - Tual Morgane, Plus de quatre heures de live et 80 000 personnes pour un suivi en ligne de la #NuitDebout », lemonde.fr, mis en ligne le 4/04/2016
 - Wiggin Tekke, « Facebook could bring "telepresence" to real estate », inman.com, 27/05/2015
 - « La prison en réalité virtuelle », prison.20minutes-blogs.fr, mis en ligne le 2/05/2016
 - « La réalité virtuelle : nouveau média ? nouvel eldorado ? nouveau sens », myfrenchmarketing.com, mis en ligne le 4/10/2015, auteur non précisé
 - « Guide comparatif des casques de réalité virtuelle », realite-virtuelle.com, auteur et date de mise en ligne non précisés

Etude économique

- « Technology, Media and Telecommunications Predictions », cabinet Deloitte, publiée en janvier 2016

Conférence en ligne

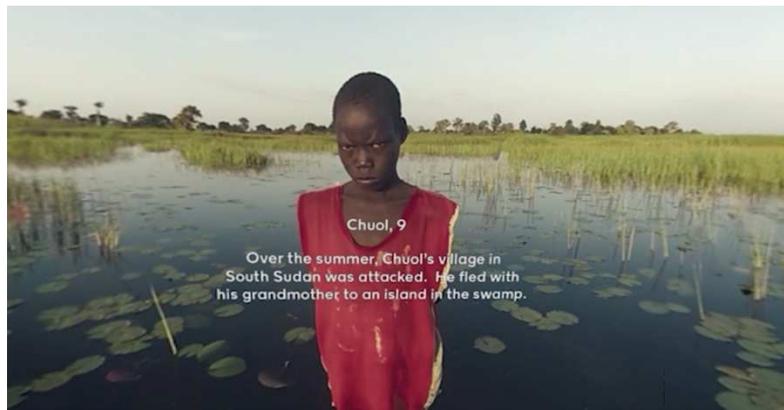
- Conférence TED de Chris Milk, mars 2015 : « How virtual reality can create the ultimate empathy machine ? »

Annexes

1. Teasers des quatre productions étudiées en troisième partie :

- « The Displaced » (*New York Times VR*)

<https://www.youtube.com/watch?v=ecavbpCuvkl>



- « Waves of Grace » (*Vice Media / United Nations*)

<https://www.youtube.com/watch?v=0lwG6MfGvwI>



- « Syrie, la bataille pour le Nord » (*Okio Report*)

<https://www.youtube.com/watch?v=CmM2dgxa1Nk>

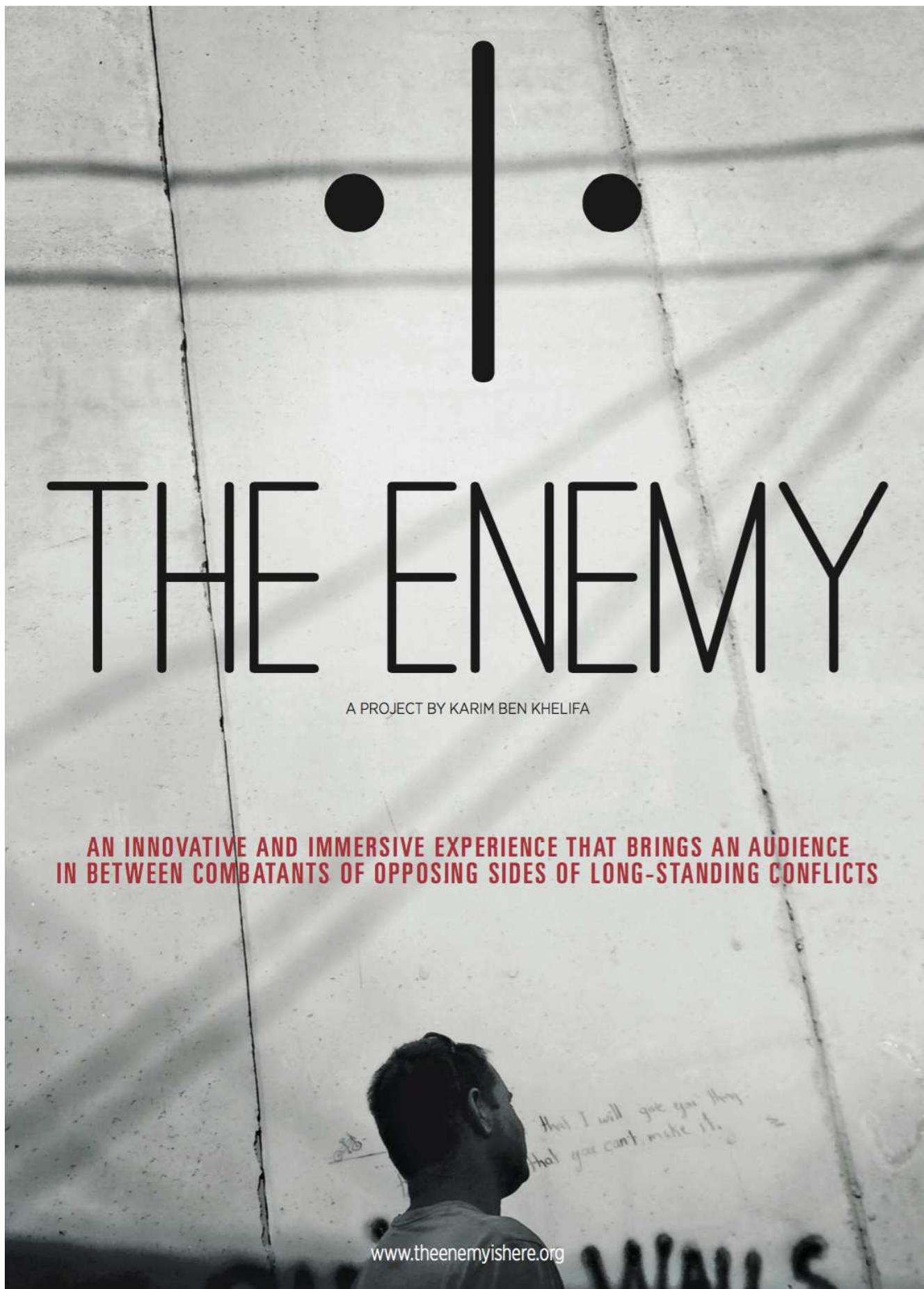


- « The Enemy » (*France Télévisions*)

<http://theenemyishere.org/fr/>

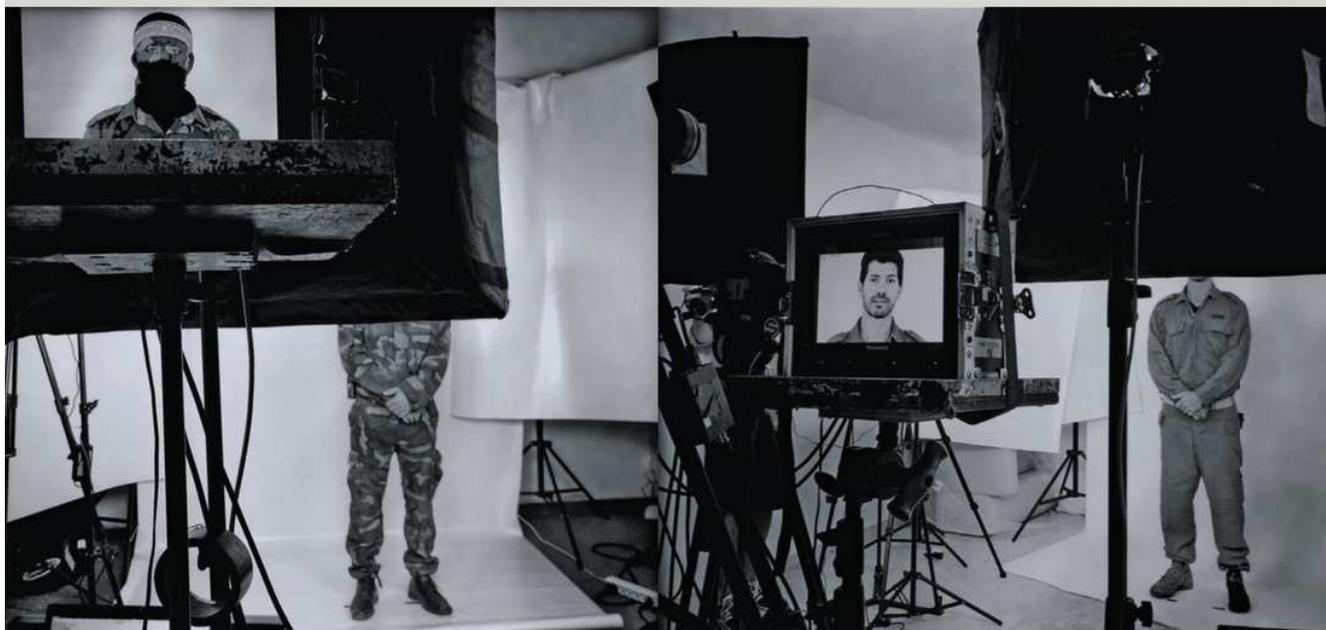


2. Plaquette de présentation de « The Enemy »



MY ENEMY, ANOTHER ME

A DOCUMENTARY WRITTEN AND FILMED BY
KARIM BEN KHELIFA AND PIERRE-OLIVIER FRANÇOIS



With a camera as a weapon, Karim Ben Khelifa has spent 15 years shooting conflicts around the world. But today, he doubts photography of the past two decades has changed anything.

But what if neurosciences and new technologies could overpass journalism and shake things and minds ?

Thanks to the help of some of the greatest scientists, The Enemy project sends Karim Ben Khelifa back in the conflict zones to hold an innovative production with a huge ambition: moving the front lines and the psychic barriers.

The film documents the birth of this unprecedented project and chronicles its evolution and the revolutionary approach to science and storytelling implemented in it.

Through Ben Khelifa's meetings with Fox Harrell, Ph.D., Associate Professor of Digital Media at MIT, in the Comparative Media Studies Program & the Computer Science and Artificial Intelligence Laboratory (CSAIL) and Emile Bruneau, a neuroscientist specialized in inter-group conflicts, "The Enemy" seeks to understand how progress in neuroscience, explorations of artificial intelligence and new technologies, which blend storytelling and video games principles, may converge in a humanist endeavor, leading to the invention of a new genre.

*Duration : 52'
Release date : first semester 2017*

A VIRTUAL REALITY EXPERIENCE THAT WILL TOUR THE WORLD



The virtual reality experience we have designed is a face-to-face encounter where visitors meet opposing combatants. They meet them, hear them, and listen to them through the use of immersive headsets and 3D sound effect headphones. The partnering cognitive scientists of this project will measure the psychological impact of the virtual encounter with regards to what cognitive/psychological processes are being affected. What types of people are most impacted? They aim to measure the impact on empathy creation and shift in biases.

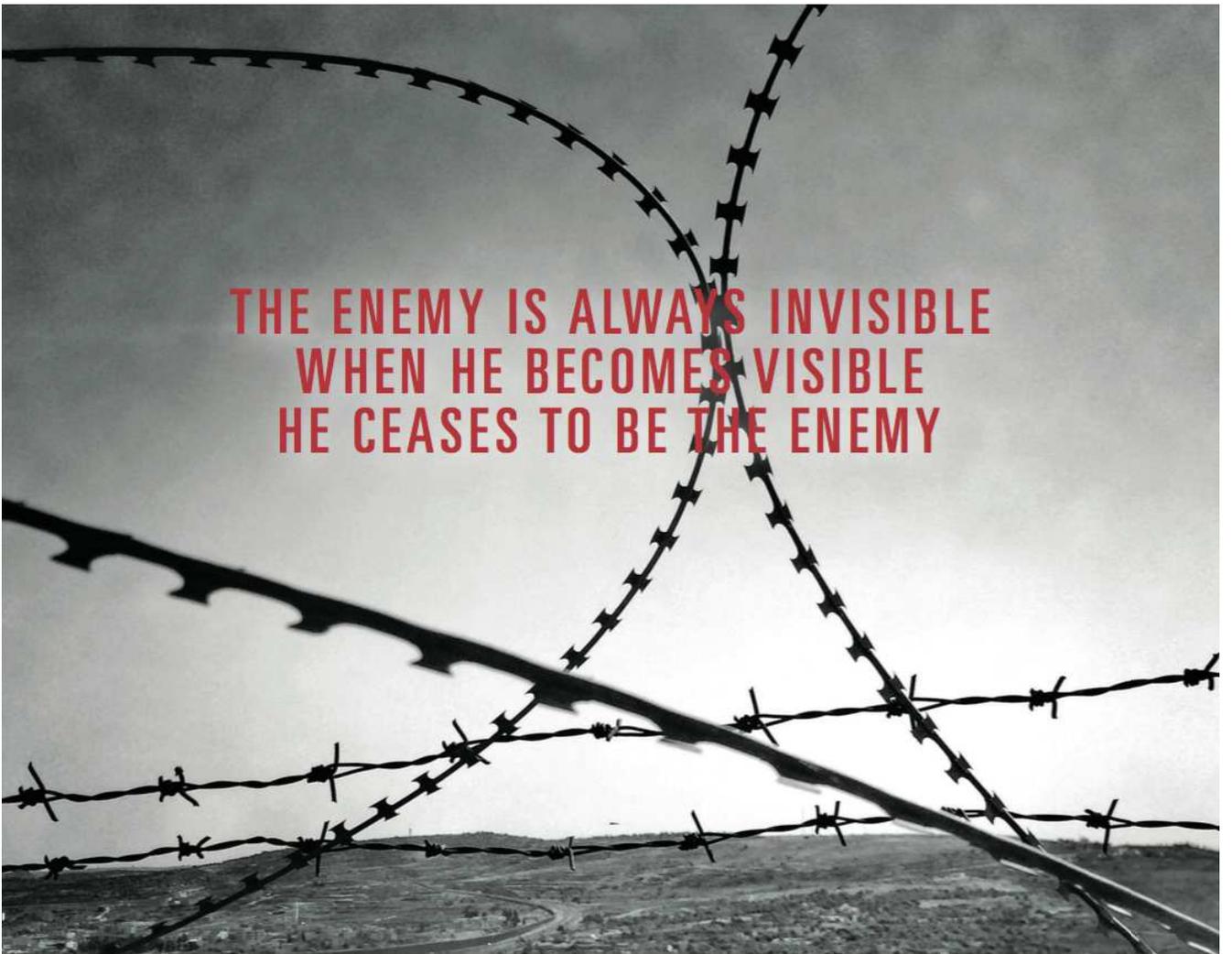
By assessing the viewers' choices, each viewer's path through the installation, together with an analysis of viewers' responses to a set of questions and their physical reaction to the experience, they will give the researchers valuable insights. With their help we are designing a unique experience that will change the way we think about conflict.



AN IMMERSIVE EXPERIENCE THROUGH A MOBILE AND TABLET APP

**THAT ALLOWS WIDER AUDIENCE TO CONFRONT
THEIR OWN NOTIONS OF "ENEMY" AND "EMPATHY"
AND TO DEEPEN THEIR KNOWLEDGE
OF THE LONGSTANDING CONFLICTS OF OUR TIME.**

The combatants appear in augmented reality in our daily lives. All around us, they appear one after another, blended in our environment at 360°. We are engaged to share the experience that is designed to develop people's involvement, to change the world.



**THE ENEMY IS ALWAYS INVISIBLE
WHEN HE BECOMES VISIBLE
HE CEASES TO BE THE ENEMY**

Contact:
CAMERA LUCIDA PRODUCTIONS
www.cameralucida.fr
Chloé Jarry
cjarry@cameralucida.fr

Press contact:
Camera lucida
Hélène Adamo - hadamo@cameralucida.fr

France télévisions Nouvelles écritures
Antoine Allard - antoine.allard@francetv.fr

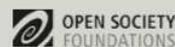
In coproduction with



FOLLOW THE ENEMY



With the support of



RÉSUMÉ :

Pourquoi vouloir retranscrire le réel par la réalité virtuelle ? Comment refléter l'exactitude des faits en recourant à une technologie qui ne filme plus le réel mais le recrée ? L'émergence de contenus diffusés sous l'appellation « journalisme immersif » modifie-t-elle l'éthos journalistique ou s'inscrit-elle au contraire dans une certaine tradition journalistique ?

L'analyse des discours portant sur le sujet fait émerger plusieurs dimensions constitutives, dans l'imaginaire du moins, du journalisme immersif. La capacité immersive et la propension à faire naître un sentiment empathique chez les récepteurs reviennent sans cesse dans les commentaires émis par les journalistes, spécialistes des nouvelles technologies et professionnels du secteur médiatique.

Suivant une approche diachronique et comparatiste, ce travail universitaire identifie l'immersion et l'empathie comme des marqueurs émotionnels utilisés par le champ journalistique, et plus généralement par les arts ou encore l'ethnologie, pour retranscrire le réel avec le plus de véracité possible.

Le réel est donc toujours déjà une recreation, et ne s'oppose pas à la virtualité mais à l'actualité. Le caractère oxymorique de l'expression « réalité virtuelle » introduit ainsi d'emblée un biais dans la réflexion, le débat portant sur la question de l'authenticité ou de l'inauthenticité du message, sur la crédulité ou l'incrédulité du spectateur, et non sur la capacité du journalisme immersif, par les émotions suscitées, à rendre le monde intelligible voire à le changer.

La disparition du medium, la participation du spectateur, la transparence, l'immédiateté, la dématérialisation, forment un faisceau de caractéristiques supposées qui renvoient à une utopie de la nouveauté, elle-même inscrite dans une utopie de la communication qui engendre une confusion entre la technologie et le message émis.

L'étude de cas pratiques et l'analyse des discours d'escorte afférents mettent en lumière la prophétie auto-réalisatrice qui voudrait qu'un contenu de journalisme immersif entraîne intrinsèquement, sous prétexte que la technologie est nouvelle, une empathie, une compréhension, une connaissance du sujet plus large ou inédite.

La confrontation de deux types de discours : une étude prospective du cabinet Deloitte et une conférence donnée au CFPJ (Centre de formation et de perfectionnement des journalistes), mettent par ailleurs en avant la diversité des points de vue sur le futur de la réalité virtuelle en fonction des entités émettrices : technologie qui peine à « décoller » d'un côté, nécessité d'investir de l'autre, sous peine de se faire damner le pion par les concurrents.

Au final les productions étudiées apparaissent comme représentatives d'un journalisme citoyen qui se donnerait comme visée l'empathie pour la souffrance à distance. Mais que se passe-t-il une fois le casque de réalité virtuelle retiré ? Cette volonté d'impliquer virtuellement le spectateur n'est-elle pas, au fond, une forme de délégation de la capacité d'agir du journaliste ?

MOTS-CLÉS :

#journalisme #réalité virtuelle #participation #spectateur #transparence #immédiateté #dématérialisation #émotions