



**HAL**  
open science

# Les écrans d'accueil des casques de réalité virtuelle : le seuil de l'expérience : analyse des médiations documentaires et des pratiques introductives à l'œuvre

Mathis Bienvenu

## ► To cite this version:

Mathis Bienvenu. Les écrans d'accueil des casques de réalité virtuelle : le seuil de l'expérience : analyse des médiations documentaires et des pratiques introductives à l'œuvre. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-02052703

**HAL Id: dumas-02052703**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02052703v1>**

Submitted on 28 Feb 2019

**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 et numérique

# Les écrans d'accueil des casques de réalité virtuelle: le seuil de l'expérience

Analyse des médiations documentaires et des pratiques introductives à l'œuvre

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

Tuteur universitaire : Pauline Chasseray-Peraldi

Nom, prénom : BIENVENU Mathis

Promotion : 2017

Soutenu le : 07/11/2017

Mention du mémoire : Très bien



*Je tiens à remercier avant tout Pauline Chasseray Peraldi, ma tutrice universitaire, pour son soutien sans faille tout le long de mon travail. Pour ses conseils avisés, son aide pour les lectures théoriques et le temps qu'elle m'a accordé pour guider la réflexion.*

*Merci à Adrien Pitrat, mon tuteur professionnel, pour m'avoir suivi dans mes recherches et ma réflexion. Pour son enthousiasme, ses références et sa pertinence professionnelle sans laquelle je n'aurai pas pu avancer.*

*Merci à l'équipe éditoriale d'Ubisoft qui a accepté de me faire tester les casques Oculus Rift, HTC Vive et Daydream pendant mon stage de fin d'étude. J'ai pu toucher de près des technologies difficilement accessibles.*

*Merci à Thibaud Aimard, compagnon de toujours, pour ses conseils de lecture et son aide lors de la relecture. Egalement, merci à Timothée Suillaud, ami de promotion, pour sa relecture précieuse et précise.*

*Enfin, merci à mes parents pour leur soutien durant mes trois années au CELSA et plus généralement pendant mes longues études.*

## *Résumé du mémoire*

Les casques de réalité virtuelle représentent un objet d'étude en tant que dispositif et en tant que discours. Cette technologie reproduit des environnements numériques avec lequel il est possible d'interagir, engageant fortement les sens de l'utilisateur (la vue, l'ouïe et le toucher). Les casques de réalité virtuelle destinés au grand public se sont fortement développés depuis début 2016, autour d'un discours vantant les capacités immersives du dispositif.

Les casques étudiés sont destinés à une utilisation autonome, l'utilisateur s'immerge donc seul dans les environnements numérique du dispositif. Entre la réalité de l'utilisateur et les représentations de réalités du casque, il y existe une interface homme machine : l'écran d'accueil.

L'écran d'accueil est un objet culturel et sémiotique pensé pour être oublié. Il n'est pas une fin en soi, il accompagne l'utilisateur dans l'expérience de réalité virtuelle dite immersive. Nous nous demandons dans ce mémoire dans quelles mesures l'écran d'accueil médiatise-t-il l'expérience de réalité virtuelle ?

Les médiations de l'écran d'accueil sont multiples et obéissent à plusieurs logiques d'acteurs, à la fois techniques, ergonomiques et économiques. Mais l'écran d'accueil s'inscrit plus largement dans une pratique médiatique d'introduction aux contenus dont la prétention est de représenter une réalité.

A partir d'un objet anodin, ce mémoire questionne la complexité du rapport entre l'utilisateur (dans sa corporalité) et la machine (dans l'abstraction de ses écrits d'écran) dans un contexte d'expérience dite « immersive ».

## *Mots clef*

Écran d'accueil, immersion, introduction, représentation, interface, ergonomie, discours d'escorte, petite forme, écrit d'écran, infra ordinaire, repère topographique, énonciation éditoriale, croyance, posture, corporalité, fantasmagorie.

# Sommaire

Introduction.....	6
-------------------	---

## **Première partie**

### **Voir et pouvoir : la médiation par l'ergonomie. Les écrans d'accueil comme gestion documentaire des contenus**

A) Sélectionner, hiérarchiser, organiser : Fonctionnalités et méta fonctionnalités des écrans d'accueil.....	15
1) L'interface généraliste de Oculus Rift .....	15
2) HTC Vive : multiplier les accès aux contenus .....	19
3) Daydream : l'essentiel des fonctionnalités .....	22
4) Une progressive intégration des fonctionnalités mercantiles .....	24
B) Donner à voir l'interface de la réalité virtuelle : une étude appliquée des petites formes.....	28
1) L'affichage des contenus emprunts des smartphones et des consoles de jeux 29	
2) Parcourir l'interface : entre navigateurs internet et écrans tactiles.....	31
3) Une pluralité d'icônes circulants dans les écrits d'écran.....	33

## **Deuxième partie**

### **Promouvoir l'immersion, ou comment prolonger un discours d'escorte à travers les écrans d'accueil**

A) La construction et la circulation des discours d'escorte autour de l'immersion	38
1) Le concept d'immersion : définitions et manifestations.....	39
2) Prolonger la sémantique de l'immersion : analyse des éléments de langage des sites internet.....	42
3) La sémiotique de l'immersion : un imaginaire riche qui sublime le dispositif...	45
B) L'identité des écrans d'accueil comme actualisation des discours d'escorte..	49
1) Oculus Home, sublimer la métaphore du foyer.....	50
2) Vivehome et Viveport : espaces et science-fiction.....	52
3) Daydream : Figures et environnements oniriques .....	55
4) VR Within : mystifier l'immersion .....	58

## Troisième partie

**Donner les repères, anticiper la posture, faire illusion.**

**L'introduction, une pratique médiatique dans laquelle s'inscrit la réalité virtuelle**

A)	Postures et pratiques introductives : l'héritage de la réalité virtuelle.....	63
1)	Le théâtre : des pratiques introductives traditionnelles et codifiées .....	65
2)	Le cinéma : un rituel inchangé depuis sa création .....	67
3)	Le jeu vidéo : l'effacement progressif des introductions .....	69
B)	Les écrans d'accueil comme foyer de la réalité virtuelle .....	72
1)	Image et génétique textuelle : l'écran d'accueil agrégateur d'énonciation éditorial .....	73
2)	L'écran d'accueil comme figure instituante du processus de communication.	76
3)	L'écran d'accueil comme « fantasmagorie » .....	78
	Conclusion.....	80
	Bibliographie.....	84
	Webographie .....	85
	Vidéographie .....	86
	Annexes.....	87

# Introduction

« Réalité virtuelle ». Cet oxymore traduit de l'expression anglaise « virtual reality » est introduit aux Etats Unis en 1987 par Jaron Lanier, après la création du VPL Research, un centre de recherche d'applications de réalité virtuelle<sup>1</sup>.

La réalité virtuelle (raccourcie en « VR » pour Virtual Reality) est un « domaine scientifique et technique exploitant l'informatique et des interfaces comportementales en vue de simuler dans un monde virtuel le comportement d'entités 3D, qui sont en interaction en temps réel entre elles et avec un ou des utilisateurs en immersion pseudo-naturelle par l'intermédiaire de canaux sensori-moteurs ».

Bien qu'ancienne (1996), cette définition tirée du *Traité de la réalité virtuelle*<sup>2</sup> a le mérite d'être toujours d'actualité, propre à la technicité du dispositif et donc de ne servir aucun discours particulier. Elle servira de définition de la VR pour ce mémoire.

La réalité *virtuelle* est-elle paradoxale ? Une réalité peut être virtuelle tout comme elle peut être actuelle. Nous pouvons convoquer ici la distinction d'Aristote entre une réalité « en acte » (qui est en train de s'accomplir ou qui est réalisée) et une réalité « en puissance » (une réalité en mouvement qui peut encore être changée)<sup>3</sup>. Pour Aristote, il y a une place pour tout ce qui existe en puissance autant que ce qui existe en acte. Une réalité est autant virtuelle qu'actuelle, à la différence qu'elle se distingue dans la substance (les qualités du réel sont incarnées dans la matière).

Pour approfondir la distinction entre virtuel et actuel, utilisons la définition de Denis Berthier, polytechnicien et professeur à l'Institut National des Télécommunications : « *Est virtuel ce qui, sans être réel, a avec force et de manière pleinement actuelle (c'est-à-dire non potentielle) les qualités (propriétés, qualia) du réel* »<sup>4</sup>. Un reflet ou un simulacre est une réalité en soi dans la mesure ou la perception et la relation que l'on entretient avec sont bien réelles.

Une définition qui nous amène à penser le reflet du miroir comme notre « moi » virtuel, en attente d'être actualisé dans la réalité, en chair et en os, *inc et nunc*.

---

<sup>1</sup> <https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/invention.html> (consulté le 02/11/2017)

<sup>2</sup> P. Fuchs, *Traité de réalité virtuelle*, Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris (1996). Page 8

<sup>3</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9taphysique\\_\(Aristote\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9taphysique_(Aristote)) (consulté le 02/11/2017)

<sup>4</sup> D. Berthier, *L'intentionnalité et le virtuel*, dans la revue *Intellectica* n°40. Association ARCo, 2005. Page 100



Pour satisfaire les amateurs de science-fiction, nous pourrions reprendre la définition de Morphéus dans *Matrix*. Selon lui, le virtuel serait alors « L'image intérieure résiduelle, une projection mentale de ton moi digital ». C'est-à-dire un simulacre de notre propre personne (ou avatar) évoluant dans des espaces virtuels. Par ailleurs, le contraire de la réalité serait « le possible », qui ne s'est pas encore passé (ou ne se passera pas). Ainsi, la réalité virtuelle, affiche d'emblée sa spécificité dans sa dénomination par rapport à toutes les technologies qui l'ont précédées : la volonté affirmée et assumée de nous emmener dans une autre réalité. Initialement, les chercheurs de la Silicon Valley qui travaillaient sur cette technologie souhaitaient l'intituler « mondes virtuels », mais c'est la volonté de se rapprocher au plus près de notre réalité « actuelle » qui lui a donné ce nom.

2016 était l'année de lancement de la VR, avec des discours enjoués et prometteurs. Le marché est estimé à 162 milliards de dollars d'ici à 2020<sup>5</sup>. Un chiffre alléchant agissant comme une prophétie auto réalisatrice. L'engouement se crée surtout au niveau du jeu vidéo avec une forte attente pour les jeux de tirs à la première personne. Nous assistons également à une augmentation des applications depuis les années 2010 : Médecine, armée, éducation, culture, arts numérique, événementiel, publicité...

En 2017, « l'an 1 » de la VR<sup>6</sup>, la réalité est tout autre. Samsung se targue de ses 5 millions de Gear VR écoulées (Gear VR est casque dans lequel il faut insérer un smartphone qui va projeter les contenus de VR) mais les ventes ne sont pas autant élevées que les constructeurs l'avaient prédit. A titre d'exemple, la PlayStation VR de Sony (PSVR) a peine pour atteindre le million d'unités vendues<sup>7</sup> alors que le constructeur en prédisait 3.6 millions fin 2016<sup>8</sup>. En outre, le marché évolue rapidement : Oculus, HTC Vive, PSVR et Gear VR... alors qu'ils n'étaient que 4

---

<sup>5</sup> <http://www.businessinsider.fr/us/virtual-and-augmented-reality-markets-will-reach-162-billion-by-2020-2016-8/> (consulté le 02/11/2017)

<sup>6</sup> <http://www.realite-virtuelle.com/2017-realite-virtuelle-predictions-2712> (consulté le 02/11/2017)

<sup>7</sup> [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/02/28/premier-bilan-en-demi-teinte-pour-le-casque-de-realite-virtuelle-de-sony-le-ps-vr\\_5086761\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/02/28/premier-bilan-en-demi-teinte-pour-le-casque-de-realite-virtuelle-de-sony-le-ps-vr_5086761_4408996.html) (consulté le 02/11/2017)

<sup>8</sup> <http://www.lesnumeriques.com/casque-realite-virtuelle/millions-casques-vr-pourraient-etre-vendus-en-2016-n50747.html> (consulté le 02/11/2017)

acteurs en 2016, la VR compte maintenant près de 10 constructeurs proposant casques, smartphones ou ordinateurs.<sup>9</sup>

Le nombre de technologies allant grandissant n'occulte pas la dimension la plus sensible de la VR, celle du dispositif lui-même. En effet, l'interface homme machine de la réalité virtuelle est certainement la plus frictionnelle de toute l'histoire des médias numériques. L'utilisateur entre dans le casque et le casque se branche à lui. Il y a des œillères et des écouteurs audio pour mieux entrer dans le contenu – du moins par la vue et l'ouïe. Il devient impossible de communiquer à l'extérieur de la réalité virtuelle à moins d'enlever partiellement le dispositif. Les sens sont cloisonnés et l'utilisateur se coupe du monde pour entrer dans un autre. Dans ce mémoire, nous utiliserons le terme dispositif pour parler des objets qui organisent la communication, considérés dans leur nature matérielle et technique. En ce sens, les casques de réalité virtuelle sont considérés comme des dispositifs médiatiques.<sup>10</sup>

Historiquement, il a souvent été observé que pour tout nouveau média, la même critique revient : les nouvelles technologies nous font perdre nos facultés humaines, nous rendent dépendant, solitaire et coupé du monde réel. Une dramaturgie que Daniel Bounoux, professeur émérite en sciences de l'information et de la communication, aime à discuter : « *Les bons esprits qui partent en guerre contre la télévision, internet ou le "virtuel" commettent la faute logique de se tromper d'étage, ou d'adresse : ils oublient que cette culture ou ce réel, dont ils se réclament si fort, n'ont jamais cessé d'être des artefacts ou des catégories techniques, conditionnés par des outils disponibles* »<sup>11</sup>.

Cependant, les détracteurs de la VR sont nombreux, les discours dystopiques cristallisent la peur de l'aliénation par la machine. Une peur ravivée pendant le Mobile World Congress (MWC) à Barcelone en février 2016, alors que Mark Zuckerberg faisait essayer le Gear VR, le casque de réalité virtuelle compatible avec les smartphones Samsung Galaxy S. Une photo du leader de Facebook, marchant le pas sûr à côté d'une centaine de journalistes portant des casques de réalité virtuelle,

---

<sup>9</sup> <http://www.realite-virtuelle.com/ces-2017-recapitulatif-annonces-vr-lar> (consulté le 02/11/2017)

<sup>10</sup> Yves Jeanneret *Critique de la trivialité*. Editions Non Standard, 2014 p 10

<sup>11</sup> D. Bounoux *Introduction aux sciences de l'information et de la communication*. La Découverte, 2001 p 66

n'a pas manqué de faire polémique sur internet<sup>12</sup>. Cet exemple date mais est symptomatique des craintes exprimées autour de cette technologie.

Les internautes ont rapidement réagi en pointant l'aspect ridicule et radical de la situation. Beaucoup en riaient tout en s'indignant et ont multiplié les montages et références aux films de science-fiction dystopiques tels que *1984* ou *Matrix* comme un refus d'entrer dans cette promesse de monde virtuel.

Nous pouvons retrouver ces réactions dans un article du Monde qui titrait à cette occasion « Une photo de Mark Zuckerberg ravive la peur de la réalité virtuelle » en mettant l'accent sur la dimension anxiogène que cette photo donne à notre futur<sup>13</sup>. Un certain Mark Richard Smith Manley a commenté cette photo sur Facebook. Un commentaire approuvé par près de 12 000 internautes et qui reste à ce jour très révélateur : « *Je ne veux pas vivre dans un tel monde. Je veux pouvoir toucher une fleur qui éclot, et la sentir. Je veux pouvoir serrer quelqu'un dans mes bras et lui dire que je l'aime, face à face. Je veux regarder le soleil se coucher avec une larme coulant le long de ma joue. Je veux pouvoir sentir la brise sur mon visage, sentir le fumet d'un repas qui se prépare, je veux me sentir connecté, de façon humaine. Je ne veux pas être assis dans un costume gris pendant qu'on m'explique ce qui est cool, dans un hall à air conditionné illuminé de leds, où des appareils électroniques enregistrent chaque mouvement de mes yeux, être humain, c'est être libre.* » (Traduit de l'anglais)

Pourquoi ce commentaire – aujourd'hui supprimé – a-t-il reçu autant de « j'aime » ? Probablement pour sa rupture avec ce qui est présenté en photo. L'internaute privilégie les « vraies » sensations : l'odeur d'une fleur, la vue d'un coucher de soleil, les relations physiques... Il parle d'une connexion « de façon humaine » et d'être « humain » (à priori à l'opposé de ce que propose la réalité virtuelle).

Plus récemment, en octobre 2017, Mark Zuckerberg (encore) déclenche une polémique avec Facebook Spaces, son réseau social en VR. Pendant un Facebook Live expliquant les efforts de Facebook pour venir en aide à Porto Rico après l'ouragan Irma, Mark Zuckerberg utilise Facebook Spaces pour visiter les lieux à travers les vidéos filmées en 360°. L'avatar du CEO de Facebook se retrouve dans

---

<sup>12</sup> Voir annexe 1

<sup>13</sup> [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/02/22/une-photo-de-mark-zuckerberg-ravive-la-peur-de-la-realite-virtuelle\\_4869605\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/02/22/une-photo-de-mark-zuckerberg-ravive-la-peur-de-la-realite-virtuelle_4869605_4408996.html) (consulté le 02/11/2017)

un endroit dévasté de Porto Rico alors qu'un autre avatar s'exclame « c'est fou on a vraiment l'impression d'y être ». <sup>14</sup> Entre la catastrophe de l'ouragan et un multi milliardaire visitant en réalité virtuelle les dégâts et se téléportant en Californie quelques instants après, l'écart est cynique. Comme si la dure réalité n'atteignait pas les utilisateurs de cette technologie. Il semble donc exister une dichotomie, deux mondes bien distincts, en somme. La « vraie » vie et le simulacre, renié et décrié. Manifestement deux mondes que tout sépare.

Dans ce mémoire, nous nous intéressons à l'entre deux. Le moment précis, le point de bascule qui introduit à ce que la VR peut offrir. Il existe une interface qui invite, une fois que l'utilisateur porte le casque à ses yeux, à « s'immerger » dans le contenu. En effet, prendre part à une expérience de réalité virtuelle n'a rien d'évident. Il y a une démarche, une volonté de l'utilisateur mais également des attentes en termes d'accompagnement. Aucune médiatisation est anthropologiquement naturelle, et encore moins celle de la VR. Sa spécificité matérielle engage le corps plus que n'importe quelle autre technologie.

Dans le cadre d'une utilisation autonome du dispositif (c'est-à-dire non accompagné sans théâtralisation) nous analyserons et questionnerons les écrans d'accueil. Selon la définition web, l'écran d'accueil est « le premier écran interactif affiché à l'utilisateur dans le cas d'un environnement graphique » <sup>15</sup>. Les écrans d'accueil sont une évidence sémiotique dans la mesure où ils ne sont pas ce qui intéresse l'utilisateur en tant que tel. Ils introduisent ce que l'utilisateur est venu chercher mais sont fait pour être oubliés, ils sont *infra ordinaires*, et c'est bien ce paradoxe qui nous intéresse en SIC : Bien qu'infra ordinaires, les écrans d'accueil sont remplis de fonctions et de sens. Vers quoi les écrans d'accueil engagent ils? De quoi sont-ils construits ? En quoi configurent-ils l'expérience de réalité virtuelle ?

---

<sup>14</sup> <https://techcrunch.com/2017/10/10/zuckerberg-apologizes-for-his-tone-deaf-vr-cartoon-tour-of-puerto-rico-devastation/> (consulté le 02/11/2017)

<sup>15</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cran\\_d%27accueil](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cran_d%27accueil) (consulté le 02/11/2017)

Les écrans d'accueil sont tissés d'une matérialité textuelle qui met en tension en même temps des acteurs, des usages et des pratiques culturelles. **Ainsi, l'objet de ce mémoire pose la question suivante : Dans quelles mesures les écrans d'accueil médiatisent ils l'expérience de réalité virtuelle ?**

Nous formulons trois hypothèses possibles :

Première hypothèse : Les écrans d'accueil répondent à une nécessité technique d'organisation (sélection, hiérarchisation et présentation) des contenus. L'expérience de la VR en autonomie exige une interface permettant à l'utilisateur d'agir sur les contenus. Progressivement, c'est nécessité d'interface permet une exploitation mercantile des écrans d'accueil.

Deuxième hypothèse : La VR est aujourd'hui présentée comme une innovation technologique. L'écran d'accueil est une vitrine des capacités graphiques du dispositif et fait écho aux discours d'escorte vantant l'immersion de la VR. L'écran d'accueil construit un univers en soi qui représente la marque et l'imaginaire du dispositif pour se distinguer de ses concurrents et des autres technologies.

Troisième hypothèse : Les écrans d'accueil sont un construit culturel et social de la pratique d'introduction qui s'inscrit dans le temps. Les écrans d'accueil conditionnent l'utilisateur en anticipant sa posture (corporelle et imaginaire). Ils donnent à l'utilisateur les repères topographiques pour son passage au monde « réel », familier, au monde « virtuel », numérique.

Nous développerons notre réflexion en trois parties :

En première partie, nous analyserons les interfaces des écrans d'accueil à travers une approche ergonomique. Il s'agira de comprendre ce que le dispositif donne à voir et à pouvoir à l'utilisateur, comment (quelle sémiotique) et pourquoi (quelles fonctions de l'interface), tout en le mettant en perspective avec l'évolution des interfaces de jeux vidéo.

En deuxième partie, nous analyserons simultanément les discours d'accompagnement des casques et de réalité virtuelle et les environnements graphiques des écrans d'accueil. Nous nous intéresserons à la notion d'immersion autour de laquelle les discours et les écrans d'accueil se construisent et exploitent l'imaginaire des utilisateurs.

En troisième et dernière partie, nous prendrons de la hauteur par rapport à nos deux premières parties. Il s'agira de replacer l'écran d'accueil dans une perspective socio-sémiotique pour dépasser ce qui directement observable. Nous penserons l'écran d'accueil comme objet sémiotique complexe à la lumière d'une généalogie des pratiques introductives et des concepts d'énonciation éditoriale et de fantasmagorie pour mieux comprendre ses fondements théoriques.

Méthodologie générale :

Nous baserons la réflexion de ce mémoire sur l'analyse sémiotique des écrans d'accueil de 4 casques de VR. Les deux plus performants en termes de résolution graphique, de contenus et de fonctionnalités : Oculus et HTC Vive et un casque de VR qui fonctionne avec un smartphone : Daydream de Google. Gear VR étant aussi une VR de smartphone mais le système d'exploitation étant le même qu'Oculus (Facebook) nous préférons un autre acteur.

Nous choisissons ces 3 casques VR car ils sont des technologies destinées au grand public et sont donc confrontés à la problématique évoquée en introduction : opérer le passage sensible et critiqué entre le monde « réel » et le monde « virtuel ».

Enfin, nous analyserons à la marge une interface de contenus VR qui s'affiche dans le navigateur Google Chrome : VR Within. Cette interface nous intéresse dans la mesure où elle a été conçue pour initier à la VR depuis le navigateur web Google Chrome. Nous compléterons cette de base avec l'analyse discursive et sémantique des sites web de ces mêmes casques. Un choix de corpus se doit d'être précisé : bien que la PSVR soit un acteur majeur du marché, nous n'intégrerons pas ce dispositif dans notre corpus. En effet, la PSVR est un accessoire de la PS4, les contenus de VR s'accède depuis l'écran d'accueil de la PS4, il n'y a pas de création spécifique au casque. Cependant, nous ferons référence à la PSVR et à la PS4 de manière anarchique tout au long de ce mémoire

Pour pouvoir mettre à distance l'objet de ce mémoire et sa dimension vidéoludique, nous étudierons un corpus diachronique de consoles de jeux vidéo. Nous comparerons les écrans d'accueil de VR avec ceux de la Playstation 1, Playstation 2, PS3, PS4, Gamecube, Wii, Nintendo Switch, Xbox 360 et Xbox One. Nous choisissons de retracer plusieurs générations afin de constater de l'évolution des interfaces.

Enfin, pour étoffer la réflexion et rendre compte d'une certaine généalogie médiatique, nous analyserons de manière anarchique des dispositifs certes plus distants de la technologie VR mais qui manifestent des similitudes dans la médiation de leur contenu : le théâtre (antique, classique et contemporain), les salles de cinéma (anciennes comme actuelles), le livre et les liseuses (Amazon Kindle Paperwhite 2016). Nous remarquons le choix du dispositif dans sa forme originale puis son évolution technologique.

# Voir et pouvoir : la médiation par l'ergonomie. Les écrans d'accueil comme gestion documentaire des contenus

---

L'histoire de la réalité virtuelle date du siècle dernier, portant l'héritage des technologies de « simulation virtuelle » qui répondaient à deux principaux usages : la simulation virtuelle ludique et la simulation virtuelle militaire. Cette dernière se différenciant par un moteur 3D bien plus puissant. Dans les années 1990, les technologies militaires s'allient avec les éditeurs de jeux vidéo et les premières expériences de réalité virtuelle en arcade (conduite automobile, avion, jeux de tir) apparaissent aux Etats Unis<sup>16</sup>. Dans les années 2000, les technologies de VR acceptent la notion de « Game » dans leur classification, mais celles-ci restent majoritairement « spectacularisées », théâtralisées ou accompagnées par un animateur. Avant les années 2010, rares sont les cas d'usages en autonomie des casques de réalité virtuelle.

Après « l'an 1 » de la VR, l'objectif des constructeurs reste d'équiper le grand public en casques pour un usage autonome massif. Seul dans le casque, sans accompagnement ni médiateur, l'expérience utilisateur se complexifie. Dans notre corpus, les casques ne sont pas dédiés à une seule expérience mais à une multitude de contenus disponible. Ainsi, l'utilisateur doit pouvoir, à travers l'écran d'accueil, comprendre et choisir lui-même l'expérience souhaitée. La VR en autonomie pose une problématique ergonomique qui justifie de fait la présence première de l'écran d'accueil : une interface permettant la communication entre l'utilisateur et le dispositif. Dans cette première partie que nous qualifierons techno-sémiotique, nous analyserons la manière dont les écrans d'accueil donnent à voir et à pouvoir aux utilisateurs. Quelles sont les fonctionnalités possibles et actionnables ? Quelle sémiotique comparée à celle des jeux vidéo ? Quelle évolution dans l'organisation des contenus ?

---

<sup>16</sup> Thomas Flasson, *Histoire de la simulation virtuelle : simulateurs, jeu vidéo, réalité virtuelle*. Paris Sorbonne, 2016, p 5



## A) Sélectionner, hiérarchiser, organiser : Fonctionnalités et méta fonctionnalités des écrans d'accueil.

Lorsque l'utilisateur décide de porter un casque de réalité virtuelle à ses yeux (ses oreilles et ses mains), il doit pouvoir interagir directement avec l'écran d'accueil. En effet, à l'exception de la PSVR, il n'existe ni disques, ni cartouche à insérer dans le casque pour démarrer un contenu en VR, le choix s'opère une fois *dans* le dispositif. Nous arrivons ici au premier degré des écrans d'accueil, c'est-à-dire la nécessité d'exister comme une interface faisant le lien entre l'utilisateur et la machine pour communiquer avec. Etant donné la multitude de contenus disponibles, les écrans d'accueil sont de fait indispensables pour donner à l'utilisateur la possibilité d'arbitrer ses choix et de mener sa propre expérience.

Cette première sous partie s'intéresse à l'organisation des fonctionnalités et méta fonctionnalités mises à disposition dans les écrans d'accueil. Nous parlons donc d'interface, spécifique à l'ergonomie, et non pas d'écran d'accueil, qui prend en compte non seulement la dimension ergonomique mais aussi d'autres composantes que nous développerons tout au long de ce mémoire.

### 1) L'interface généraliste de Oculus Rift

Oculus est le système d'exploitation de réalité virtuelle de Facebook. Il gère deux casques : Gear VR, fonctionnant avec un téléphone Samsung Galaxy que l'on socle ensuite sur un casque, et Oculus Rift, fonctionnant sur ordinateur équipé d'un moteur graphique puissant. La présente analyse s'intéresse à l'interface d'Oculus Rift. Le casque a sorti sa première version pour le grand public en mars 2016 puis a mis à jour son interface en avril 2017, nous analysons donc cette dernière version. Pour faciliter la lecture, nous insérerons des captures d'écran de l'interface au fil de l'analyse et ajoutons en annexe la structure de l'interface<sup>17</sup>. Oculus Rift est organisé sur un même périmètre en rectangle et se divise en 5 « blocs ». Nous les analyserons en commençant par le milieu, puis de gauche à droite.

---

<sup>17</sup> Voir annexe 2



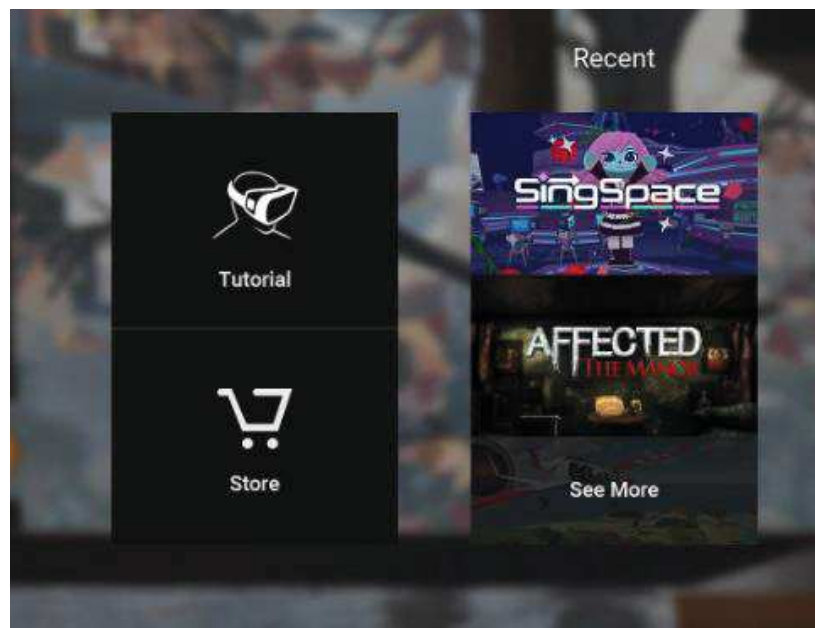
Partie centrale de l'interface de Oculus Home

Tout d'abord, notons que par défaut, l'interface affiche la section « Home » qui regroupe toutes les fonctionnalités de Rift dans cette même section. « Home » est la section généraliste et c'est celle que nous analysons en l'espèce. Au milieu de l'interface, nous trouvons les fonctions *a priori* principales de Rift, à savoir le choix et l'accès aux contenus. Le bloc du milieu s'intitule « Explore Oculus », affichant 4 aperçus et une cinquième case « explore now » donnant la possibilité de découvrir l'ensemble des expériences disponibles, payantes ou non.

Toujours dans le choix des contenus, le bloc à gauche s'intitule « recent », affichant les contenus récemment utilisés. Deux aperçus sont disponibles et la fonction « see more » (voir plus) permet d'afficher l'intégralité de la liste. Les deux verbes d'action voir et explorer proposent deux types de choix : synchrone (basés directement sur les actions de l'utilisateur) et asynchrone (basé sur la politique éditoriale de Oculus Rift). « Voir » garde l'utilisateur dans une boucle fermée de contenu déjà connus et « explorer » permet d'ouvrir la boucle à d'autres contenus et élargir les possibilités d'expériences.

Enfin au bas l'interface se trouve un bloc en longueur divisée en plusieurs sections : Home (l'interface actuelle), Library (les contenus téléchargés), Internet (le navigateur internet d'Oculus), Store (télécharger des contenus), Events (événements spéciaux de la communauté Oculus) et Samsung Picks (les contenus propres à Gear VR).

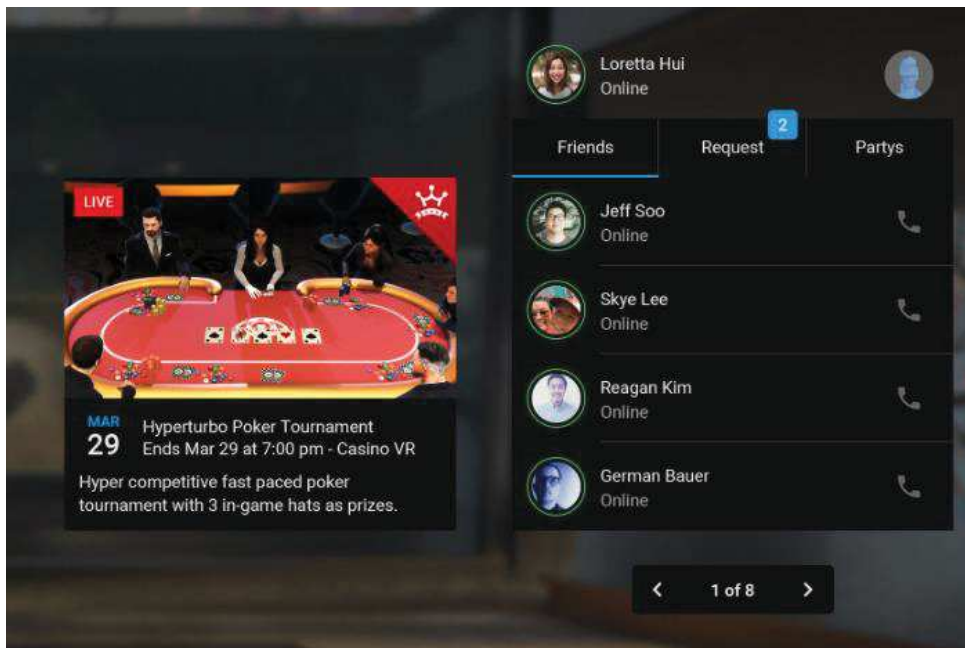
Ce bloc en longueur est la méta structure de l'interface, servant à se rendre de « mega » section en « mega » section. Ainsi, cette méta structure prend ses racines dans un système beaucoup plus ancien : celui du sommaire d'un livre. Présent généralement en amont du texte même, le sommaire organise les chapitres chronologiquement en indiquant le numéro de page et permet au lecteur de s'y rendre immédiatement. La méta structure d'Oculus Rift a ceci de différent qu'elle organise non pas des contenus mais des sections amenant aux contenus. Il y a un niveau de profondeur supplémentaire.



*Partie gauche de l'interface de Oculus Home*

A gauche de l'interface se trouvent 2 blocs affichant leurs fonctions avec des icônes noir sur blanc. Par leur design graphique, ils se différencient des accès aux contenus du milieu de l'interface. En effet, il s'agit du tutoriel, qui explique comment configurer son casque, le son et l'image, les moyens de paiement et la création de l'avatar. Une didactique des méta fonctionnalités en somme – à noter que les méta fonctionnalités se configurent sur ordinateur, au premier lancement d'Oculus.

Juste en dessous se trouve le « Store », où il est possible de télécharger les contenus du catalogue Oculus. Par principe de groupement/distinction par la localisation, le store est assimilable à des méta fonctionnalités bien qu'il soit une fonction propre aux contenus.



*Partie droite de l'interface de Oculus Home*

Enfin, à droite de l'interface se trouvent les fonctions communautaires : les événements de la communauté Oculus (des tournois ou des offres limités dans le temps) et la gestion des contacts (avec la possibilité d'appeler ou d'envoyer un message écrit). Les contacts apparaissent sous forme d'avatar ou photo de profil, c'est également dans cette section que se gère le profil de l'utilisateur. Ces fonctionnalités ajoutent une dimension sociale à la VR, comme une réponse aux critiques accusant le dispositif d'isoler l'utilisateur du monde réel et en l'occurrence des relations sociales<sup>18</sup>. Oculus appartenant à Facebook, le réseau social pouvait difficilement faire l'impasse sur ces fonctionnalités. En outre, depuis avril 2017 Facebook a lancé sur Oculus Rift la version bêta de Facebook Spaces: un réseau social qui mélange avatars et environnements en temps réel pour interagir dans la VR avec ses contacts<sup>19</sup>. La « Home » d'Oculus regroupe donc les principales fonctionnalités et donne accès aux autres sections dans le détail, l'interface rend surtout visible les contenus et la communauté, les deux piliers de la VR.

<sup>18</sup> Voir introduction

<sup>19</sup> Présentation de Facebook Spaces [https://www.youtube.com/watch?v=dr\\_04PCSDWE](https://www.youtube.com/watch?v=dr_04PCSDWE) (consulté le 02/11/2017)



## 2) HTC Vive : multiplier les accès aux contenus

HTC Vive est le casque de réalité virtuelle du fabricant chinois HTC. HTC Vive a été lancé en avril 2016 et s'est vendu à moins de 500 000 exemplaires, c'est le casque le moins écoulé du marché et également le plus onéreux (700€ prix d'appel, sans l'ordinateur pour le faire fonctionner). Cependant, le carte graphique et la mémoire vive de HTC Vive sont les plus puissantes des 3 casques<sup>20</sup> et c'est également le dispositif le plus fourni en capteurs : casques, écouteurs, mains mais aussi mapping de l'environnement. Les déplacements de l'utilisateur sont recréés dans l'environnement en réalité virtuelle (appelé également « roomscale ». Les contenus sont disponibles sur le catalogue de jeux Steam, qui propose avant tout des jeux pour ordinateur. HTC Vive différencie géographiquement la « Home » appelée « Vivehome » et le store d'application appelé « Viveport ». Nous analysons les fonctionnalités de ces deux interfaces, la structure est en annexe<sup>21</sup>.



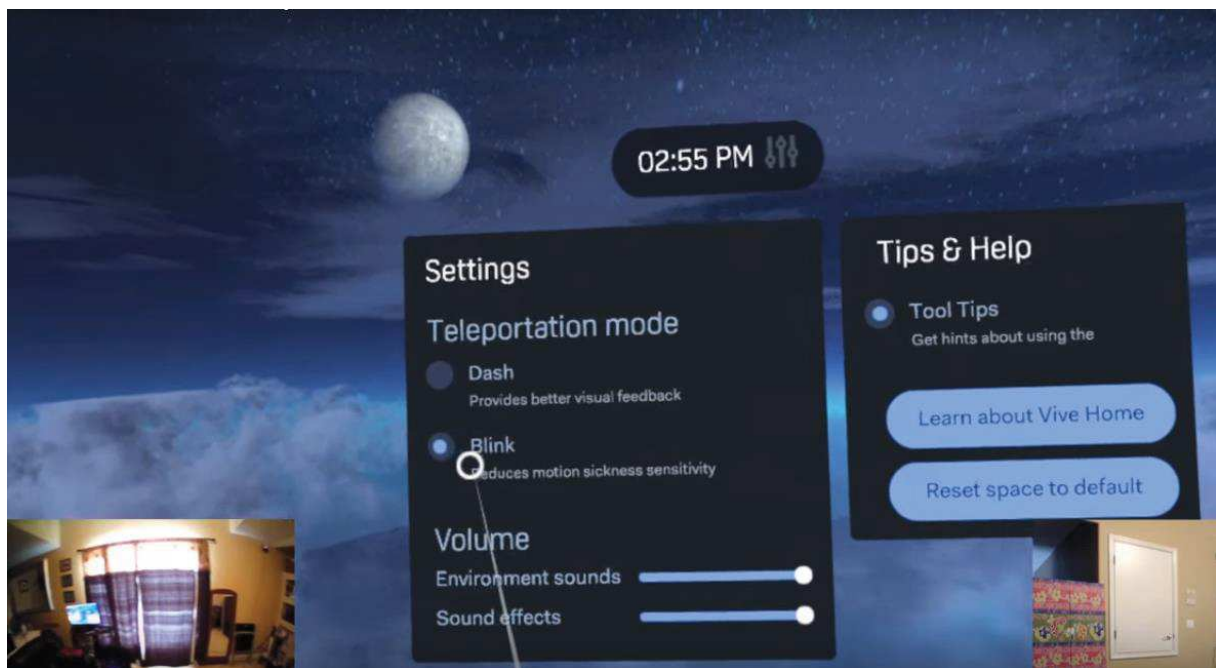
*Interface de Vivehome (capture d'écran d'une vidéo de démonstration)*

A la manière d'Oculus, l'interface organise ses fonctionnalités en « blocs ». Au milieu de l'interface, nous retrouvons un seul et même bloc occupant tout l'espace. Sa fonction est de donner accès à l'application (terme utilisé par l'interface) la plus récemment utilisée, en affichant l'aperçu. A gauche se trouvent deux blocs relatifs aux contenus : un bloc donnant accès à l'application la plus utilisée et en dessous un

<sup>20</sup> <http://www.realite-virtuelle.com/oculus-rift-vs-htc-roomscale> (consulté le 02/11/2017)

<sup>21</sup> Voir annexe 3

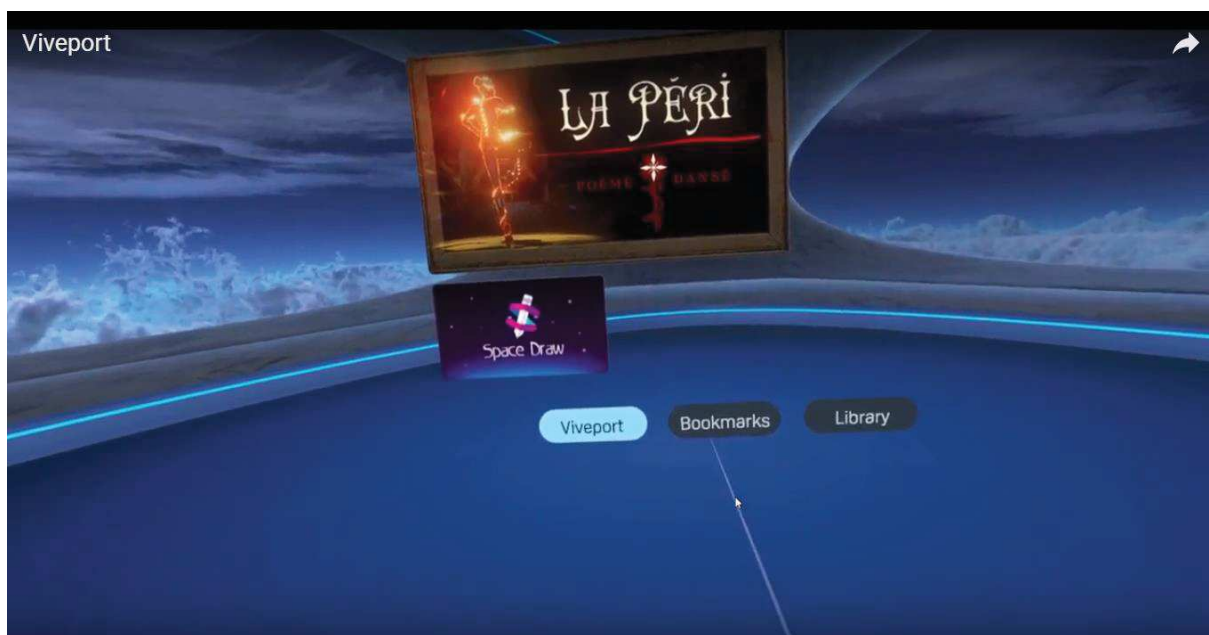
bloc donnant accès à la dernière application. A droite se trouvent 2 blocs en parfaite symétrie avec ceux de gauche. Le bloc du haut donne accès au tutoriel, aide et conseil pour « bouger et interagir » dans HTC Vive. Le bloc du bas dirige vers « Viveport », le nom donné au catalogue de contenus de HTC Vive, où l'utilisateur peut télécharger les applications. Enfin, nous remarquons en bas un bloc organisant les autres sections de l'interface, à savoir « Hub » (l'interface par défaut actuellement analysée), « Library » (la bibliothèque de contenu téléchargé par l'utilisateur), « Objects » (l'ajout ou la suppression d'objet dans la ViveHome) et « Spaces » (pour changer d'environnement, deux au choix). Le pouvoir sur l'environnement est plus important sur HTC Vive : en plus des fonctionnalités « Objects » et « Spaces », l'utilisateur peut choisir la manière dont il se déplace dans Vivehome ainsi que les effets sonores.



*Section « réglages » de l'interface Vivehome (capture d'écran d'une vidéo de démonstration)*

Il est intéressant de noter que l'interface de Vive ressemble à beaucoup d'égards à celle d'Oculus : le sommaire du bas, l'espace du milieu alloué aux contenus et le même regroupement « tutoriel – Store ». A la différence que Vivehome donne à voir uniquement les fonctionnalités propres aux contenus, parfois redondantes (dernière application utilisée, application la plus utilisée, dernière application téléchargée, catalogue des applications), sans fonctions communautaires.

L'interface est organisée de sorte à ce que l'utilisateur, peu importe le parcours, accède aux contenus. Les contenus sont la finalité de l'interface.



*Interface de Viveport (capture d'écran d'une vidéo de démonstration)*

L'affichage des applications ne se limite pas à la Vivehome. Cliquer sur le bloc « Viveport » dirige l'utilisateur vers une autre interface indépendante. En effet, nous remarquons que sur Viveport, le « sommaire » en bas de l'écran a disparu. Viveport ne fait pas partie de la méta structure, il est une section à part pensée pour gérer les applications (Favoris et bibliothèque) et également en télécharger de nouvelles. Pourtant, nous retrouvons la fonction de catalogue (Library) déjà présente sur la Vivehome. Viveport est certes un niveau au-dessus de Vivehome en termes de gestion des applications mais il reste un accès aux contenus au même titre que la Vivehome.

En somme, Vivehome compte 5 fonctionnalités d'accès: application la plus utilisée, dernière application téléchargée, dernière application utilisée, bibliothèque et Viveport en soi. Viveport en compte 2, dont 1 commune avec Vivehome (Library). L'ergonomie de HTC Vive est donc pensée pour que l'utilisateur puisse à tout moment afficher, gérer ou télécharger des applications pendant son parcours. Le voir et pouvoir de l'utilisateur sont essentiellement concentrés sur l'accès aux contenus et, à la marge, la gestion des fonctionnalités secondaires (actions sur les objets et choix des environnements).

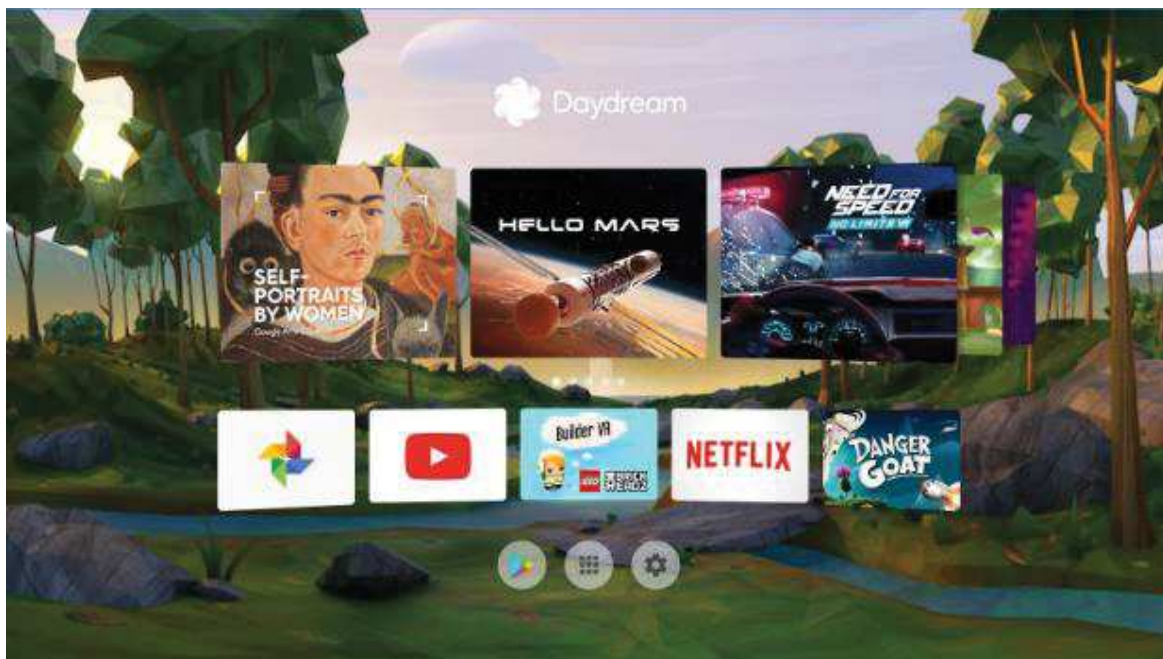


### 3) Daydream : l'essentiel des fonctionnalités

Daydream est une plateforme de réalité virtuelle conçue par Google. Le dispositif se différencie d'Oculus Rift et HTC Vive dans la mesure où Daydream est un support pour réalité virtuelle, il se compose d'un casque et d'un contrôleur, l'image provient d'un téléphone glissé dans le casque. Daydream est sorti en novembre 2016 et sera compatible avec 11 smartphones sous Android d'ici fin 2017<sup>22</sup>. La puissance graphique de Daydream est la plus faible des 3 casques, mais vendu à 79\$, son positionnement est celui de la VR « simple »<sup>23</sup>, bon marché, faisant suite à Google Cardboard, le support en carton pour réalité virtuelle<sup>24</sup>.

Les applications de VR pour Daydream sont considérées comme des applications de smartphones et sont disponibles exclusivement sur le Google Play Store.

Par ailleurs, « Daydream » est une application à part entière<sup>25</sup> et c'est l'interface de cette application, une fois dans le casque, que nous analysons maintenant, avec la structure en annexe<sup>26</sup>.



*Interface de Daydream (image de présentation sur Google Play Store)*

<sup>22</sup> <http://www.androidauthority.com/google-says-11-daydream-compatible-phones-will-sale-end-2017-789643/> (consulté le 02/11/2017)

<sup>23</sup> <https://vr.google.com/daydream/> (consulté le 02/11/2017)

<sup>24</sup> <https://vr.google.com/cardboard/> (consulté le 02/11/2017)

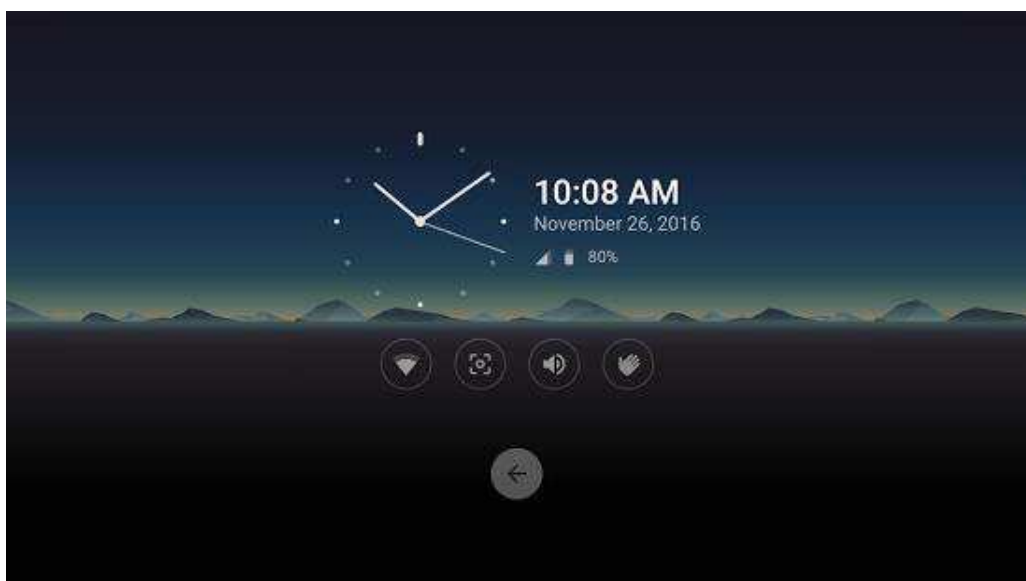
<sup>25</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.vr.home> (consulté le 02/11/2017)

<sup>26</sup> Voir annexe 4



L'interface de Daydream est concentrée sur un espace, à l'instar d'Oculus Rift. Nous distinguons trois groupes horizontaux géographiquement distincts. La section du haut affiche des aperçus d'application. Il s'agit des suggestions de Daydream de nouvelles applications que l'utilisateur peut directement télécharger. Au milieu s'affichent les dernières applications utilisées, avec leurs aperçus (simple logo ou aperçu de leur univers). Nous observons une nouvelle fois deux types de choix de contenus : asynchrone (basé sur les recommandations de Daydream) et synchrone (basé sur les précédentes actions de l'utilisateur). La section suggestion est en haut de l'interface et plus volumineuse que la section « récemment utilisé ». Comme Oculus Rift, l'ergonomie est pensée pour inciter l'utilisateur à découvrir d'autres applications et ne pas rester dans le cercle fermé des contenus déjà connus.

Enfin, en bas de l'interface se trouve trois icônes donnant l'accès à Google Play (télécharger de nouvelles applications), la bibliothèque (applications déjà téléchargées par l'utilisateur) et les réglages de l'application. Nous retrouvons ce même système de meta structure donnant accès aux autres sections du casque. Concernant les réglages de l'application, Daydream permet à l'utilisateur de reconfigurer certaines méta fonctionnalités dans le casque, alors que Oculus Rift et HTC Vive demandent ces réglages pendant l'installation du casque, c'est-à-dire avant d'accéder aux interfaces analysées précédemment.



*Section « réglages » de Daydream*

Sur Daydream, l'utilisateur peut dans le casque même configurer la date et l'heure, la connexion internet, le volume sonore et les gestes et l'affichage de l'écran.

En somme, les fonctionnalités de l'interface Daydream sont limitées à l'essentiel : voir et pouvoir accéder aux applications. L'utilisateur peut également accéder aux réglages basiques sur cette même interface, contrairement à HTC Vive et Oculus Rift. L'ergonomie de Daydream donne à voir une VR « simple » avec le strict nécessaire sur une seule interface. Cependant, l'absence de fonctions communautaires ou de personnalisation de l'environnement s'explique aussi par la faible puissance du dispositif comparé à HTC Vive ou Oculus Rift.

#### **4) Une progressive intégration des fonctionnalités mercantiles**

Pour compléter et approfondir cette première analyse, intéressons-nous à l'importance du store dans les interfaces de réalité virtuelle en les comparant à celles de jeux vidéo. Sur les 3 interfaces, toutes accordent une place de choix au store d'application.

Dans Oculus Rift, il y a trois occurrences du store rien que sur la page « home » par défaut (au gauche, au milieu dans « explore » et dans la barre de navigation en bas). Nous l'avons vu, Oculus Rift va jusqu'à donner plus d'importance au store en le plaçant à côté des fonctionnalités d'aide, comme pour le légitimer en tant que section indispensable.

HTC Vive est plus discret en termes d'occurrences du store mais ne manque pas de valoriser son store en lui réservant une section dédiée (Viveport) indépendante de l'interface par défaut (Vivehome).

Quant à Daydream, l'interface réserve la moitié de l'espace aux recommandations, c'est-à-dire des applications téléchargeables potentiellement payantes, en ajoutant en bas de l'interface la présence de Google Play Store, pour accéder au catalogue. Nous attestons ici de la dimension mercantile des interfaces de réalité virtuelle. Ces dernières fondent leur modèle d'affaires sur l'achat du dispositif mais également l'accès aux contenus, qui peut s'effectuer par abonnement (accès illimité ou limité au

catalogue pour une somme mensuelle), comme le fait HTC Vive<sup>27</sup> ou à l'unité (prix fixe pour une application).

Ce même modèle d'affaire est directement inspiré de l'économie des consoles de jeux actuelles, qui ont progressivement ajouté des fonctionnalités mercantiles à leurs écrans d'accueil. Les écrans d'accueil de consoles sont apparus avec la Playstation 1 de Sony (décembre 1994), puis sont restées et ont évolué depuis. Initialement, les interfaces de consoles de jeux vidéo ne s'affichaient qu'en cas de non présence de disque dans le lecteur (le support CD ROM étant le plus répandu à cette époque et l'est toujours actuellement). Les interfaces permettaient d'accéder aux méta-fonctionnalités, bien souvent très basiques.



*Interface de la Playstation 1 (capture d'écran)*

Sur celle de la Playstation 1, l'utilisateur disposait de deux sections : Carte mémoire (pour gérer les sauvegardes de jeux) et Lecteur CD (car la Playstation 1 pouvait lire les CD ROM de musique).

Au tout début des années 2000, au moment de la sixième génération de consoles (Playstation 2 de Sony, Xbox de Microsoft et Gamecube de Nintendo), les interfaces permettent plus de méta fonctionnalités. Sur la Playstation 2, l'utilisateur peut toujours gérer ses sauvegardes et lire des CD (et maintenant DVD vidéo). S'ajoutent à cela les réglages techniques du moteur graphique, la langue d'affichage, le positionnement de l'écran, la date et l'heure. Nous pouvons retrouver les mêmes méta fonctionnalités sur Xbox et Gamecube, toujours dans le cas où le support CD ROM n'est pas inséré. La Gamecube s'est même improvisée « Calendrier », comme un agenda électronique personnel. L'idée étant de donner par défaut le pouvoir à

---

<sup>27</sup> <https://www.gamekult.com/actualite/htc-vive-lance-l-abonnement-viveport-3050794329.html> (consulté le 02/11/2017)

l'utilisateur sur le dispositif pour intégrer une autre dimension du jeu vidéo : le contenu ne provient pas seulement du support CD ROM mais également du dispositif lui-même.



A gauche : Interface de la Gamecube. A droite : Interface de la Xbox (captures d'écrans)

C'est en novembre 2005, avec la Xbox 360 (Microsoft) que commence la septième génération de console. Les interfaces changent radicalement avec l'intégration d'internet. De nouvelles fonctionnalités apparaissent telles que le profil utilisateur, les contacts, les mails, les chaînes de télévision depuis la console et surtout, avec les jeux numérisés, l'achat de contenu.

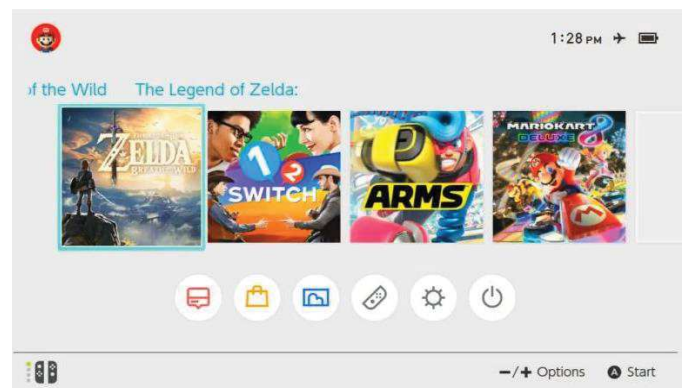
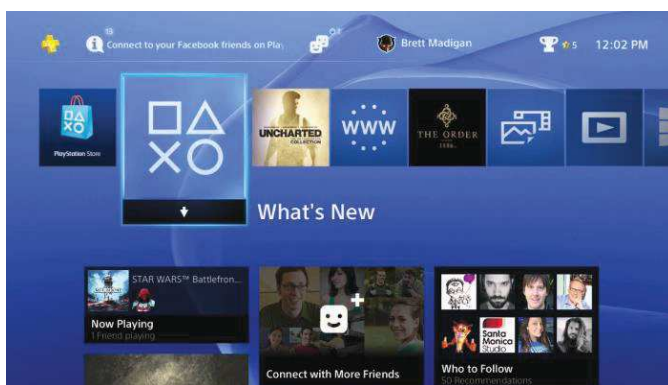


A gauche : Interface de la Xbox 360 (2<sup>ème</sup> version) A droite : Interface de PS3 (captures d'écran)

Même si un jeu est déjà inséré dans la machine, l'utilisateur est obligatoirement dirigé sur l'écran d'accueil de la console et parcourt forcément ces nouvelles options. Lancer le jeu devient une fonctionnalité parmi d'autres, la console devient multitâche avec des services comme la météo ou les actualités pour légitimer l'usage et le passage de l'écran d'accueil. L'interface se construit comme un média et le trafic d'utilisateur est propice à l'intégration du store. La Xbox 360, la PS3 (Sony) et la Wii

(Nintendo) adoptent ce système d'interface, si les fonctionnalités diffèrent selon les marques, le store est présent dans les trois consoles.

La dernière et actuelle génération de consoles (Xbox One, PS4 et Nintendo Switch) normalise la présence du store en le mettant au centre de l'attention de l'utilisateur. Des sections comparables à des blogs apparaissent, informant des nouveautés de la communauté, des mises à jour des jeux. La PS4 s'apparente maintenant à un fil d'actualité de réseau social. Des publicités et ventes flash sont diffusés sur l'interface, des événements en ligne valorisent les contenus. L'effacement progressif du support CD ROM, particulièrement sur la Nintendo Switch a transformé l'écran d'accueil des consoles comme un passage inévitable pour l'utilisateur, afin de développer un modèle d'affaire basé exclusivement sur les contenus.



*A gauche : interface de la PS4 A droite : Interface de la Nintendo Switch*

Lancer une application de réalité virtuelle est la finalité du parcours utilisateur. Les 3 interfaces analysées proposent diverses fonctionnalités et méta fonctionnalités propres, mais le dénominateur commun reste le même : l'accès aux applications. Dans les trois analyses, nous retrouvons deux types d'accès: relatifs aux choix de l'utilisateur (dernière application utilisée, téléchargée, la plus utilisée) et suggéré par le dispositif. L'ergonomie des 3 interfaces ont leurs particularités mais elles restent avant tout au service de l'accès aux contenus avec plusieurs fonctionnalités, qui parfois viennent même à se répéter. En outre, nous établissons une corrélation entre les consoles de jeux actuelles et les casques de réalité virtuelle : les interfaces de ces deux dispositifs sont pensées pour une optimisation des stores d'application en multipliant les accès aux contenus téléchargeables. Certes, le but premier de l'interface est d'accéder aux contenus, mais de préférence nouveaux et payants.



## B) Donner à voir l'interface de la réalité virtuelle : une étude appliquée des petites formes

Dans ses origines, l'écriture n'a jamais existé autrement que par son support (la tablette d'argile, le parchemin puis le papier). Toute écriture incluait une réalité physique indissociable. La lisibilité et la compréhension du texte dépendait inexorablement à celles du support.

L'arrivée des médias informatisés à la fin du XX<sup>ème</sup> siècle marque une rupture sans précédent dans l'histoire de l'écriture, c'est la « rupture sémiotique », notion théorisée par Emmanuel Souchier<sup>28</sup>. L'homme ne peut pas lire l'espace mémoriel ou est enregistré le texte sans passer par un écran qui l'actualise. En somme, l'homme ne peut plus lire un texte sans passer par la machine. Nous parlons donc d' « écrits d'écran », une « forme particulière que prend l'écrit sur un support numérique équipé de programmes et doté de moyens physiques d'action sur lui »<sup>29</sup>. Les écrits d'écran doivent donner à voir le texte en se reposant une sémiotique particulière, qui ne cesse d'évoluer. L'enjeu étant de créer un parallélisme entre la signification du texte et les formes éditoriales qui lui correspondent, en s'inscrivant dans diverses traditions du texte. Notion théorisée par Etienne Candell, Valérie Jeanne Perrier et Emmanuel Souchier, nous appelons « petites formes » les « ensembles syntaxiques minimaux liés à une mémoire active des opérations de communication [...] qui se trouvent multipliées, mais aussi décontextualisées dans les écritures de réseau contemporain ».<sup>30</sup>

La réalité virtuelle n'échappe en rien à la rupture sémiotique et particulièrement dans ses écrans d'accueil où l'utilisateur doit agir sur le texte. Nous avons déjà remarqué la tradition du sommaire du livre dans la manière d'organiser les contenus. Dans cette seconde partie, nous analyserons les petites formes qui formalisent l'interface de la réalité virtuelle et dans quelles traditions scripturales elles s'inscrivent. Nous les comparerons avec les petites formes des écrans d'accueil de consoles de jeux, mais aussi des smartphones et des liseuses électroniques.

---

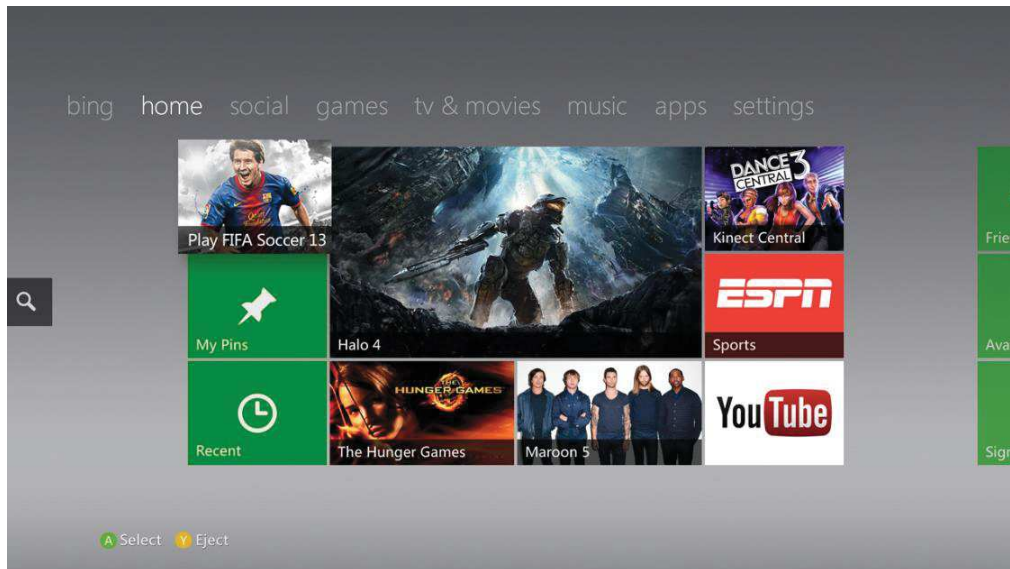
<sup>28</sup> Emmanuel Souchier, *L'écriture électronique : la rupture sémiotique*, Journées d'étude Design... graphique ?, École Régionale des Beaux-Arts de Valence, novembre 2000.

<sup>29</sup> Yves Jeanneret *Critique de la trivialité*. Editions Non Standard, 2014. p. 10

<sup>30</sup> Jean Davallon (dir.), *L'économie des écritures sur le web, volume 1 : Traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*, Hermès-Lavoisier, 2012, p. 165-201

## 1) L'affichage des contenus emprunts des smartphones et des consoles de jeux

Les trois interfaces partagent la même apparence graphique : un affichage en deux dimensions apposé sur un univers en trois dimensions (que nous analyserons en deuxième grande partie). Il est intéressant d'observer que les consoles de jeux les plus récentes ont adopté le même affichage<sup>31</sup>.



*Dernière version de l'interface Xbox 360*

L'affichage par blocs puise son inspiration dans les tableaux de bords de machines complexes ou de cockpit, avec une vue d'ensemble, voire panoramique – bien retranscrit dans la VR avec l'apparence convexe – de toutes les fonctionnalités disponibles. Dans le cas de la VR en autonomie, cet affichage donne l'impression d'un plein pouvoir sur les contenus. Nous pouvons également émettre l'hypothèse que l'interface s'inspire de la tradition textuelle des unes de presse, où plusieurs blocs de nouvelles se font concurrence dans un espace limité.

Le graphisme de cet affichage par blocs peut s'apparenter au « material design », rendu populaire notamment par Google. Le material design présente des formes plates et colorées avec des effets d'ombre et de profondeur (lorsqu'on pose le pointeur dessus). Le material design se situe entre le skeuomorphisme et le « flat design » (plat et sans relief), il permet de rendre plus lisible les blocs de contenus et de les adapter à l'environnement en trois dimensions sur lequel ils sont apposés.

---

<sup>31</sup> Voir annexe 5

Oculus Rift et HTC Vive empruntent donc l'affichage en blocs protéiformes comme pour s'apparenter aux consoles de la dernière génération et légitimer leur appartenance aux technologies vidéoludiques.

L'interface de Daydream s'apparente plus un affichage en série, de même tailles, qui est influencée par l'interface des smartphones. Les applications dans des carrés, rangés et quadrillés est la forme d'organisation la plus répandue des smartphones, iOS et Android confondus. Nous retrouvons même l'icône « application » (9 points dans un carré) présent sur les téléphones Android. Cet affichage peut s'inspirer des étages des bibliothèques, où chaque compartiment appartient à une thématique précise. L'appropriation par les écrits d'écrans a été instantanée : un des premiers écrans d'accueil connus est celui du PalmPilot V (un agenda informatisé) et présentait déjà des applications en quadrillage.



*De gauche à droite : Samsung Galaxy A3, iPhone 6, PalmPilot V*

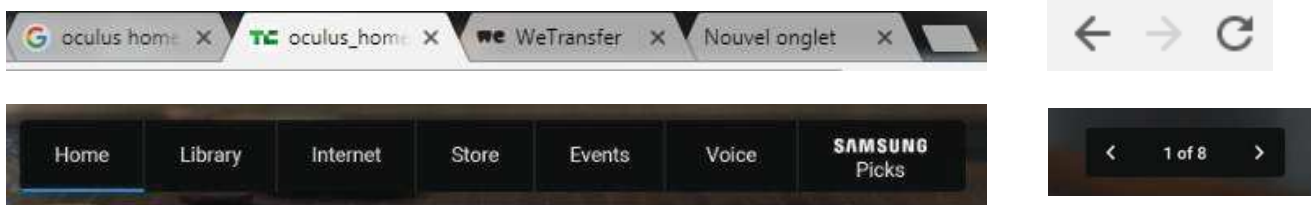
Daydream est avant tout un support pour smartphone, les contenus de Daydream se téléchargent sur Google Play, un store d'application, et Daydream est en soi une application. Ainsi, l'interface adopte un affichage très proche des applications pour rester l'univers sémiotique des smartphones et particulièrement celui du système d'exploitation Android, appartenant à Google.



## 2) Parcourir l'interface : entre navigateurs internet et écrans tactiles

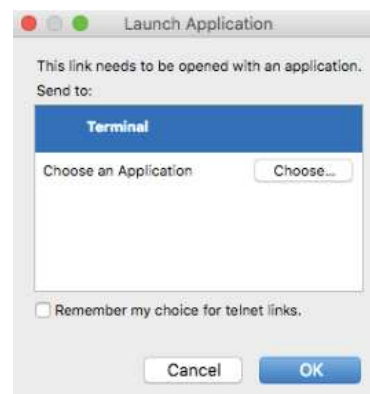
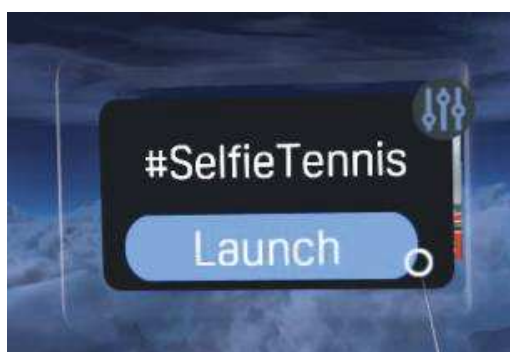
Comment parcourir une interface en réalité virtuelle ? Le corps est mobilisé avec un système de manette qui reproduit les gestes l'utilisateur. Cependant l'action sur l'interface s'opère au moyen d'un pointeur pour choisir et d'un bouton sur la manette pour valider, à l'instar d'une souris d'ordinateur. Nous observons que le parcours de l'interface en VR est intimement lié à celle d'un navigateur internet.

La méta structure en bas de l'interface – le sommaire – peut s'apparenter à des onglets de navigateur internet. Chaque section sélectionnée change d'apparence (petite barre bleue ou couleur différente) à la manière d'un onglet actif parmi d'autres. En outre, nous retrouvons dans Oculus Rift les flèches du retour arrière ou avant propres aux navigateurs internet.



*Barre de navigation Google Chrome vs barre de navigation Oculus Home*

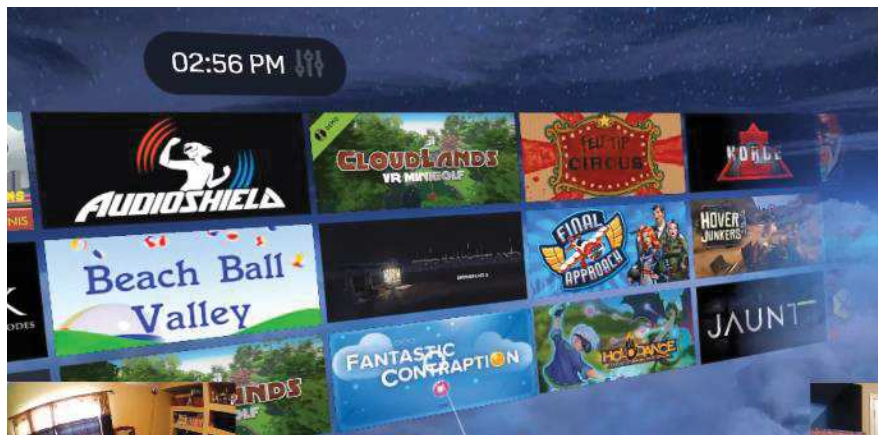
Enfin, HTC Vive fait apparaître en premier plan des encarts de validation d'action à la manière des « pops up », présents sur tous les ordinateurs, tous systèmes d'exploitation confondu.



*Encart de validation Vivehome vs encart de validation macOS Sierra*

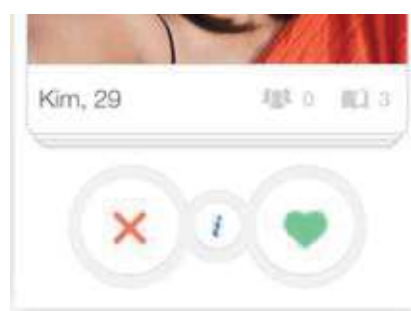
Toutes ces petites formes reproduisent la sémiotique exacte d'une navigation sur internet, facilitant ainsi l'utilisation des manettes avec le système « pointe et clique ».

La manière de parcourir les interfaces est également inspirée des écrans tactiles qui offrent une navigation plus fluide entre les sections. Dans la section « Library » de HTC Vive, les applications s'affichent dans un catalogue qui semble infini, c'est-à-dire qu'il s'estompe vers la droite, incitant à faire défiler la suite. Pour le parcourir, l'utilisateur doit tenir un point et « balayer » dans sens désiré. Ce mouvement portant le nom de « swipe » se retrouve dans toutes les interfaces de smartphones pour passer d'un écran à l'autre.



*Bibliothèque d'application de HTC Vive (capture d'écran d'une vidéo de démonstration)*

Le « swipe » se retrouve également dans des applications telles que Tinder (application de rencontre) où l'utilisateur peut choisir les profils en les plaçant à gauche ou à droite selon ses préférences. A ses débuts, l'application Tinder présentait les profils comme un tas de cartes à trier et donc reproduisait un empilement pour inciter au « swipe ». L'usage étant largement adopté aujourd'hui, l'effet d'empilement a été effacé. Sur l'interface de Daydream, l'effet d'empilement de cartes a été reproduit pour inciter à parcourir la multitude d'applications disponible. Ainsi, l'utilisateur se sert de son pointeur pour tenir et balayer le catalogue présent sur l'interface de Daydream.



*Empilement d'applications de Daydream et empilement des profils Tinder*

### 3) Une pluralité d'icônes circulants dans les écrits d'écran

Les trois interfaces analysées regorgent de petites formes qui aident à donner du sens aux fonctionnalités et faciliter le parcours utilisateur. Les icônes sont particulièrement nombreux et pour la plupart d'entre eux déjà existants dans des écrits d'écran plus anciens que la réalité virtuelle. Ces icônes sont devenus de plus en plus nombreux et circulent dans les écrits d'écran, à tel point qu'ils appartiennent désormais à la grammaire numérique, en d'autres termes, ils sont devenus *infra-ordinaires* – terme inventé par Georges Perrec puis théorisé par Emmanuël Souchier dans le cas des médias informatisés<sup>32</sup>.

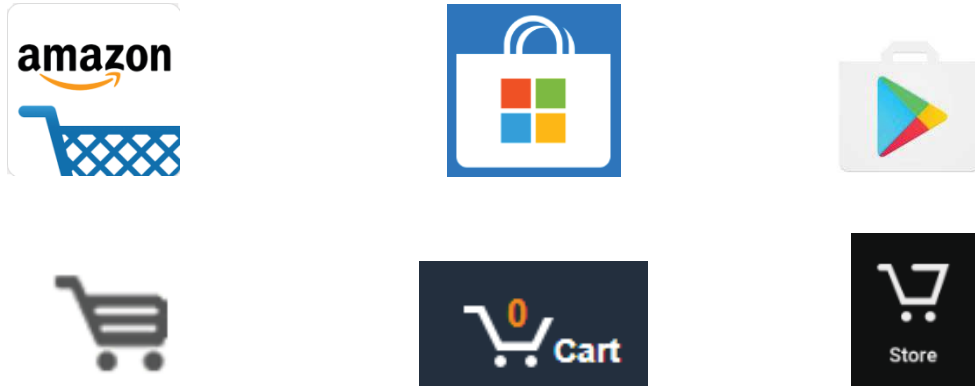
Quels sont les icônes présents dans les interfaces de réalité virtuelle et de quelles traditions sont-ils emprunts ?

Si nous observons Oculus Rift, de nombreux icônes apparaissent. Le plus flagrant – par sa taille – est celui du store, représenté ici par un chariot. Cet icône puise sa sémiotique dans l'imaginaire du marché (panier) et les courses en générale (chariot de supermarché), mais il n'est en rien nouveau dans les écrits d'écran. Les icônes du chariot et du panier sont d'abord apparus dans les sites de e-commerce comme Amazon ou eBay, l'idée étant de représenter matériellement l'espace où se retrouvent les articles sur lesquels l'utilisateur a cliqué. Les articles s'accumulent puis au moment de régler, donc de passer à la caisse, l'utilisateur paie l'ensemble. Depuis, ces icônes relatifs à l'imaginaire du marché ont beaucoup circulé sur d'autres sites internet jusqu'à qu'ils soient réappropriés par les catalogue d'applications (les stores d'application). Nous comptons à cet égard le logo de Google Play Store, Windows store et Amazon App Store.

Le store d'Oculus est un catalogue de contenus vidéoludiques, en d'autres termes des applications, à l'instar des jeux « mobiles » sur smartphones. Ainsi, son icône est le résultat d'un imaginaire du marché et des courses dans les écrits d'écran et de son appartenance aux stores d'application.

---

<sup>32</sup> Emmanuël Souchier, *Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale*, Communication et langages Année 2007 Volume 154 Numéro 1 pp. 23-38



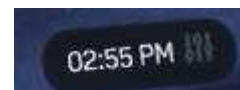
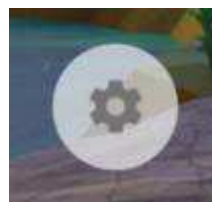
*Dans le sens de la lecture : Amazon App Store, Windows Store, Google Play Store, icône chariot d'eBay, icône chariot d'Amazon, icône chariot d'Oculus Store.*

Une autre petite forme apparaît dans HTC Vive et Daydream : les réglages. Les méta fonctionnalités disponibles dans les réglages sont complexes et difficiles à appréhender dans la mesure où l'utilisateur s'y rend lorsque quelque chose ne fonctionne pas *a priori*. C'est donc l'imaginaire de l'outillage, voire l'industrie complexe qui a toujours été convoquée dans l'utilisation de cette petite forme. Le rouage est l'exemple le plus courant. Il puise son imaginaire dans l'ancienne industrie et particulièrement celle des « Temps modernes » de Charlie Chaplin, où si un rouage venait à manquer, l'ensemble de la machine tombait en panne. Cet icône est extrêmement répandu dans la majorité des écrans demandant une autonomie de la part de l'utilisateur, donc pouvant agir sur l'écran – du moins en partie. Ainsi, les rouages peuplent les interfaces des smartphones, tout système d'exploitation confondus, jusqu'à la liseuse Kindle 2016 Paperwhite.

Si le rouage d'Android est plutôt simplifié, celui d'iOS est plus complexe et rappelle l'horlogerie fine – pour pouvoir mieux se démarquer de son concurrent. Non seulement présente sur les smartphones, la petite forme du rouage se retrouve dans les consoles de jeux et les interfaces de réalité virtuelle et connaît parfois des dérivées (clefs à molette, niveaux). Sur HTC Vive par exemple, il s'agit de niveaux, comme sur un tableau de bord d'ingénieur du son. Et pour cause, ces réglages permettent de régler le niveau sonore de la Vivehome. Pour Daydream, la silhouette du rouage a été reprise à l'identique pour rester dans l'univers sémiotique de Google.



Kindle



*De gauche à droite : iOS, Android, Kindle 2016 Paperwhite, Daydream, HTC Vive*

Pour terminer, nous observons dans les interfaces, et particulièrement celle d'Oculus Rift, plusieurs petites formes empruntés des réseaux sociaux. En effet, l'interface de Rift propose des fonctionnalités communautaires (gestion de contact, chat, appels vocaux) qui utilise les mêmes icônes que les plateformes de messagerie. Pour appeler un contact, nous retrouvons l'icône du téléphone inspiré du design des années 2000, alors qu'en l'état, le dispositif d'appel d'Oculus Rift n'a rien d'un téléphone. Nous retrouvons également les diodes vertes ou grises signalant l'état de disponibilité de l'interlocuteur, présents dans la majorité des réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Skype). Oculus Rift se présente donc comme une plateforme de messagerie en reprenant les codes des réseaux sociaux – rien d'étonnant de la part d'une interface développée par Facebook.

Enfin, dans HTC Vive, il existe un lecteur de vidéo dans la section « Objects », ce même lecteur reprend la forme du « play », le triangle directement inspiré du bouton des anciens magnétophones à cassettes. Cet icône se retrouve dans tous réseaux sociaux proposant la fonction vidéo, et en est même devenu l'icône de la plateforme Youtube. HTC Vive emprunte donc cet icône pour rendre compte de l'actionnabilité des sections.

Déjà dans la structure même de l'interface, nous remarquons une organisation systématique : une « home » par défaut qui regroupe l'essentiel des fonctionnalités et un « sommaire » en bas pour accéder aux autres sections en détail. Système datant du codex, le sommaire trouve sa place dans les technologies les plus avancées. Au terme de cette analyse, nous constatons que les interfaces de réalité virtuelles sont toutes le résultat des petites formes et usages déjà largement installés dans les écrits d'écran. Ces même petites formes sont inspirées d'une tradition textuelle plus ancienne, qui malgré la puissance technologique des dispositifs, se rendent indispensables pour faciliter le parcours utilisateur.

Cette première partie nous a permis d'étudier le squelette des écrans d'accueil, les interfaces qui donnent le voir et le pouvoir à l'utilisateur, l'action sur la machine dans le cas d'une expérience en autonomie. L'interface donne accès aux contenus téléchargés et téléchargeables, toujours dans un système ouvert pour cultiver l'envie de découverte de l'utilisateur et le faire télécharger de nouvelles applications.

Les méta fonctionnalités, indispensables, sont bien présentes mais la majorité d'entre elles se configurent au moment de l'installation du casque, sur ordinateur (ou sur smartphone dans le cas de Daydream), elles ne font pas partie de l'interface à proprement parler.

En somme, la finalité reste l'accès aux contenus. Techniquement, l'utilisateur est dépendant de l'interface, de son ergonomie et de ses fonctionnalités rendant possibles l'accès à une expérience de réalité virtuelle. En ce sens, la première hypothèse semble validée, l'interface même est le premier niveau de médiatisation de l'écran d'accueil.

Rétrospectivement, nous passons donc d'une interface de jeux vidéo rudimentaire proposant uniquement des métas fonctionnalités à une interface de réalité virtuelle à dimension essentiellement mercantile et, à la marge, communautaire.

En somme, les interfaces de réalité virtuelle s'inscrivent dans la continuité des consoles de jeux tout en se réappropriant des petites formes circulants dans des nombreux écrits d'écran, elles même empruntés de tradition d'écriture et d'imaginaires séculaires. La réalité virtuelle est une technologie puissante en termes de capacité graphique, sonore et de reconnaissance spatiale. Cependant, l'ergonomie et la sémiotique qu'elle donne à voir dans ses interfaces s'inscrivent dans des usages déjà existants dans de nombreux écrits d'écran. La conclusion de cette première partie nous donne un recul critique vis-à-vis des discours d'escorte des casques de réalité virtuelle que nous analyserons en deuxième partie.



# Promouvoir l'immersion, ou comment prolonger un discours d'escorte à travers les écrans d'accueil

---

Les casques de réalité virtuelle analysés dans ce mémoire sont destinés au grand public. Nous parlons en première partie de l'importance accordée aux contenus et aux fonctionnalités communautaires qui constituent les moyens de rétention de l'utilisateur dans les dispositifs. Cependant, pour inciter à acheter un casque de réalité virtuelle, un discours marchand a été construit en amont, s'enracinant dans des imaginaires culturels forts. Ces discours circulent à travers l'ensemble des médias mobilisés pour la promotion du dispositif. Ainsi, l'enjeu est de garder une cohérence entre la circulation du discours et l'objet du discours lui-même.

La réalité virtuelle n'est pas un produit de grande consommation comme la nourriture ou les cosmétiques. La réalité virtuelle est à la fois un ensemble d'écrits d'écran, une haute technologie affichant des contenus et un dispositif de communication. Les casques de réalité virtuelle induisent des usages de communication et donc des discours d'accompagnement ou « discours d'escorte ».

Cette notion est théorisée par Philippe Breton en relation aux nouvelles technologies. Elle désigne pour lui « un ensemble d'énoncés caractérisés par le fait qu'ils sont tenus dans l'espace public et sont formés des commentaires extérieurs sur une technique, son emploi, le contexte et les conséquences de son usage ».<sup>33</sup> Ces mêmes discours d'escorte émanent d'acteurs qui se trouvent être partie prenante de ces technologies, pour les valoriser et en prescrire l'usage. Dans le cas des casques de réalité virtuelle, nous émettons l'hypothèse que le discours d'escorte se construit autour d'une notion particulière : l'immersion.

Cette deuxième partie traite donc de la notion d'immersion appliquée aux discours d'escorte de la réalité virtuelle : L'immersion est-elle propre à la réalité virtuelle ? Comment l'intégrer aux discours d'escorte ? Quelle immersion les écrans d'accueil donnent-ils à voir ?

---

<sup>33</sup> Philippe Breton, *Que faut-il entendre par discours d'accompagnement des nouvelles technologies ?*, Les dossiers de l'audiovisuel, n° 103, 2002

## A) La construction et la circulation des discours d'escorte autour de l'immersion

La réalité virtuelle est une technologie aussi ancienne que les jeux vidéo mais qui éprouve plus de difficulté à trouver son public<sup>34</sup>.

La complexité et le coût du dispositif sont des facteurs explicatifs de cet état de fait. Nous pouvons ajouter à cela la difficulté de créer un discours autour de cette technologie. Si le terme « réalité virtuelle » est resté inchangé, il aura fallu près de 30 ans (De 1987 à 2016) pour que les acteurs du marché et les médias décident d'exploiter cette notion-clef qu'est l'immersion.

Les discours d'escorte de la réalité virtuelle sont pensés et construits en amont de la production du casque même. Il existe de nombreux sites spécialisés traitant de l'actualité de la VR : [www.realite-virtuelle.com/](http://www.realite-virtuelle.com/), [www.usine-digitale.fr](http://www.usine-digitale.fr), <https://www.goglasses.fr/> ou <https://fictionreelle.fr/> (liste non exhaustive). Même certains médias généralistes traitent de son actualité en faisant référence à l'immersion<sup>35</sup>. Les événements organisés au sein de grandes surfaces spécialisées pour permettre aux clients de tester les casques sont courants (j'ai moi-même testé Oculus Rift à la Fnac en janvier 2017)<sup>36</sup>. Les constructeurs occupent également les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) en publicités<sup>37</sup>. Enfin, ils disposent tous d'un site internet dédié. Nous nous intéressons à ces sites dans la mesure où ils offrent souvent à l'acheteur potentiel une première vitrine commerciale. De ce fait, c'est sur ces plateformes que nous trouverons le moment nodal de création du discours d'escorte. En effet, le site appartenant au constructeur et à la marque, chaque élément de langage et d'image est maîtrisé dans son intégralité. C'est sur ce média que nous serons le plus à même d'observer et de constater la construction d'un discours autour de l'immersion.

Nous mènerons une analyse sémantique et sémiotique des sites internet des trois casques du corpus, en ajoutant celui de la PSVR de Sony. Même si le seul écran d'accueil du casque s'intègre mal dans l'analyse de l'immersion, le site internet est chargé d'éléments exploitant cette notion.

---

<sup>34</sup> Voir Introduction

<sup>35</sup> Voir annexe 6

<sup>36</sup> Voir annexe 6

<sup>37</sup> Voir annexe 6



## 1) Le concept d'immersion : définitions et manifestations

Avant d'exploiter le concept d'immersion, il sera utile de définir précisément le terme. L'immersion, du latin *immersionem*, trouve son étymologie dans les trois premiers siècles de la religion chrétienne. En effet, l'immersion était pratiquée durant les baptêmes, c'est-à-dire l'action de plonger un corps dans l'eau ou dans un autre liquide (Littré).<sup>38</sup> Autrement dit, l'immersion est le fait de plonger un corps dans un état sensoriel différent de celui qu'il connaît habituellement.

Dans quelle mesure les médias informatisés peuvent-ils être immersifs ? Dans son article « Immersion et environnement numérique : l'expérience vécue », Philippe Bonfils s'applique à analyser les environnements numériques dits « immersifs ». Nous baserons notre réflexion sur cet article de recherche<sup>39</sup>.

Le constat de départ de Philippe Bonfils est le suivant : les environnements numériques sont en constante évolution et s'insèrent dans nos pratiques culturelles, sociales et communicationnelles. Selon Jean-Jacques Boutaud qu'il cite, les environnements numériques sont corrélés aux phénomènes de la société dite « hypermoderne ». Cette forme de société est motivée par des valeurs hédonistes et nous amène à rechercher de nouvelles expériences : « le sujet demande à éprouver des sensations, à s'éprouver. Les univers de consommation et les cadres d'échange du quotidien deviennent toujours plus des terrains d'expérimentation, avec des dimensions sensibles (l'expérience vécue) et signifiantes (les signes perçus, ressentis) »<sup>40</sup>. Les nouvelles technologies seraient alors susceptibles d'y remédier.

Qu'est-ce qu'un environnement numérique ? « L'ensemble des éléments et des espaces qui entourent l'utilisateur. Cela peut concerner des éléments matériels et physiques, culturels et symboliques, ou dématérialisés comme les technologies numériques ». Si les environnements numériques recouvrent une large acception, nous nous concentrerons ici sur les technologies numériques.

---

<sup>38</sup> <https://www.littre.org/definition/immersion>

<sup>39</sup> Philippe Bonfils, *Immersion et environnements numériques : une approche méthodologique par l'expérience vécue*, *Questions de communication*, 27 | 2015, 261-277.

<sup>40</sup> Jean-Jacques Boutaud, *Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible*, Semen, 2007

Les environnements numériques sont considérés comme « immersifs » puisque selon Philippe Bonfils ils tirent parti des dernières technologies graphiques (images 3D, images animées, sons). L'immersion est une affaire de perception et peut donc se reproduire artificiellement via des technologies avancées.

En effet, selon l'auteur, « la métaphore de l'immersion fait référence à la « plongée » de l'utilisateur dans un environnement numérique qui restitue la profondeur par ses modalités graphiques en trois dimensions ». L'état liquide dans lequel le corps s'immerge est une suite de performances graphiques, sonores et haptiques qui changent la façon de percevoir un environnement pour en créer un nouveau de toute pièce. L'auteur identifie trois familles d'environnements numériques. La première est celle des « mondes virtuels » en 3D, où il est possible de communiquer avec des utilisateurs représentés par des avatars en temps réel. Typiquement, un jeu vidéo en ligne comme *World Of Warcraft* ou plus anciennement *Second Life*. La deuxième famille est celle des environnements en réalité virtuelle. Celle-ci nous intéresse particulièrement. La troisième famille est celle des technologies en réalité augmentée, qui ne reproduisent plus vraiment des environnements immersifs, mais plutôt des actions sur le réel.

Selon Bonfils, l'immersion réside dans « les capacités de ces systèmes à identifier, à l'aide de capteurs, les positions et les orientations de l'utilisateur dans l'espace physique, pour renforcer les sensations éprouvées par celui-ci dans le contexte de ses interactions avec l'espace numérique. » Ainsi, un environnement en réalité virtuelle exige une mise en situation « forte » de l'utilisateur, dans laquelle tout son corps est mobilisé et retranscrit en temps réel.

Couplée de cette manière à la corporalité, l'immersion pose la question du rapport entre l'homme et la machine. Elle questionne la transformation des rapports entre l'utilisateur et l'objet technique. Car ici le corps, objet concret, entre en tension avec un environnement numérique, abstrait celui-là, et dont l'existence est subordonnée à la perception de l'utilisateur, perception partagée entre la sensation de l'espace physique et les *qualia* d'un espace numérique.

Comment l'immersion s'opère-t-elle ? L'engagement de l'utilisateur est central et tout d'abord physique. Ce dernier se situe dans l'espace, interagit avec, mobilisant ainsi son système sensoriel et sa somesthésie (perception des modifications sensorielles

cutanées, viscérales, musculaires et articulaires). Cette stimulation est fondamentale dans la perception de l'environnement et pour l'évolution dans l'espace numérique. L'engagement, ensuite, est psychique : l'utilisateur doit mobiliser de nouvelles compétences cognitives pour apprécier la spatialité. Une fois l'environnement appréhendé, l'utilisateur commence à élaborer des stratégies de construction de sens et l'engagement devient psychologique.

Les environnements numériques obligent à construire un rapport particulier à l'espace. Etant abstrait, ce nouvel espace génère des représentations d'un type nouveau chez l'utilisateur. Selon Boris Beauce, « L'espace n'existe pas en soi, il n'est qu'une condition de l'entendement, qui permet d'appréhender l'agencement de la réalité sensible, il n'est autre que le mode d'appréhension de la coexistence. »<sup>41</sup> La posture de croyance est condition de son existence.

L'immersion est donc le résultat des performances technologiques d'un dispositif et d'un contrat par lequel l'utilisateur accepte d'entrer dans un environnement numérique aussi virtuel soit-il, c'est-à-dire d'y croire.

---

<sup>41</sup> Boris Beauce, *Les jeux vidéo comme espaces de médiation ludique*, in Espace et Temps du jeu vidéo, dir. Samuel Rufat et Hovig Ter Minassian, L>P Questions théoriques, 2014 pp. 28-52.

## 2) Prolonger la sémantique de l'immersion: analyse des éléments de langage des sites internet

La notion d'immersion induit la présence d'environnements numériques dans lesquels l'utilisateur évolue. Ce concept se prête volontiers à un riche champ lexical que les sites internet s'approprient et explorent. Nous avons listé les occurrences des termes.<sup>42</sup> Tout d'abord, nous constatons simplement l'abondance du terme « immersion » et ses déclinaisons (immersif, immerger...). Sur les 4 sites internet, nous comptons 15 occurrences du terme. PSVR<sup>43</sup> l'utilise le plus souvent avec 6 occurrences, ensuite vient HTC Vive<sup>44</sup> (5 occurrences) puis Oculus Rift<sup>45</sup> et Daydream<sup>46</sup> (2 occurrences). Nous pouvons constater que le substantif « immersion », tout comme le verbe et l'adjectif, sont au centre du discours des sites internet. Aucun d'eux ne manque de le convoquer.

S'immerger, certes, mais dans quoi ? Comment ? C'est là que le lexique s'agrandit pour mieux décrire et promouvoir l'immersion. Chaque casque de VR possède un catalogue de contenus ou d'applications. Pour la plupart il s'agit de jeux, mais nous retrouvons également des utilitaires (navigateur web) ou bien des journaux comme le Wall Street Journal (Sur Daydream). Cependant, le terme « contenus » étant trop pragmatique pour un discours d'escorte, il convient de leur attribuer une dénomination plus conforme à l'imaginaire du dispositif - de les valoriser en quelque sorte. Ainsi, le terme « Expérience » se retrouve cité pas moins de 29 fois : 10 occurrences pour PSVR, 8 pour Oculus Rift, 6 pour Vive et 5 pour Daydream. C'est le terme le plus en circulation sur les sites internet, derrière « immersion ». Il est à la fois utilisé comme une action transitive (« faites l'expérience des contenus que vous aimez ») et comme une finalité : « découvrez les expériences ». Nous touchons ici au fondement du discours sur la réalité virtuelle : s'immerger dans des expériences.

---

<sup>42</sup> Voir annexe 7

<sup>43</sup> <https://www.playstation.com/fr-fr/explore/playstation-vr/> (consulté le 02/11/2017)

<sup>44</sup> <https://www.vive.com/fr> (consulté le 02/11/2017)

<sup>45</sup> <https://www.oculus.com/rift/> (consulté le 02/11/2017)

<sup>46</sup> <https://vr.google.com/daydream/> (consulté le 02/11/2017)

Les sites internet puisent dans le lexique de l'immersion pour développer leur discours. L'imaginaire des environnements numériques est large et s'étend sur une multiplicité d'éléments de langage. Nous retrouvons la notion de « Monde » 14 fois sur les 4 sites dont 8 occurrences sur le site de PSVR. Les « Mondes » sont une idée centrale du discours d'escorte dans la mesure où ils sont la réponse à une promesse d'immersion. Par ailleurs, ils sont soit conjugués au pluriel (des mondes et non pas un seul), soit accompagné de l'adjectif « nouveau » pour bien les différencier du monde dans lequel l'utilisateur vit – et dont il souhaite vraisemblablement s'échapper en portant un casque.

Sans surprise, nous observons plusieurs occurrences (10 en tout) du terme « virtuel », qui fait directement référence au concept de réalité virtuelle. Il est question ici d'affirmer la nature du dispositif : si les expériences sont présentées comme proches de la réalité (grâce aux performances visuelles, sonores et haptiques), elles n'en restent pas moins virtuelles, entendu ici comme « presque » réelles. Dans le discours la frontière est poreuse, mais c'est justement à ce point de friction que se concentre tout l'intérêt de la réalité virtuelle, notamment pour les amateurs de sensations fortes.

Pour compléter le concept d'immersion, le verbe « plonger » apparaît en tout 5 fois dans notre analyse. Le plongeon est le pendant de l'immersion, il la précède. Le verbe est souvent conjugué à l'impératif « plongez dans le Rift », comme le déclencheur qui mène au monde de la réalité virtuelle.

Dans le même registre, nous retrouvons 6 occurrences du terme « voyage », plutôt relatif aux contenus. Le voyage puise dans l'imaginaire de l'exploration, de la découverte, de l'inconnu. Il appuie l'idée que la réalité virtuelle nous emmène dans de « nouveaux mondes ». En d'autres termes, la réalité virtuelle est présentée comme un voyage au même titre qu'une expédition dans un continent lointain. Ainsi, il n'est pas anodin que l'industrie du tourisme utilise cette technologie pour promouvoir le voyage, offrant aux clients un avant-goût en réalité virtuelle des séjours qu'elle leur vend.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> [http://www.tourmag.com/La-realite-virtuelle-se-deploie-dans-le-tourisme\\_a87863.html](http://www.tourmag.com/La-realite-virtuelle-se-deploie-dans-le-tourisme_a87863.html) (consulté le 02/11/2017)

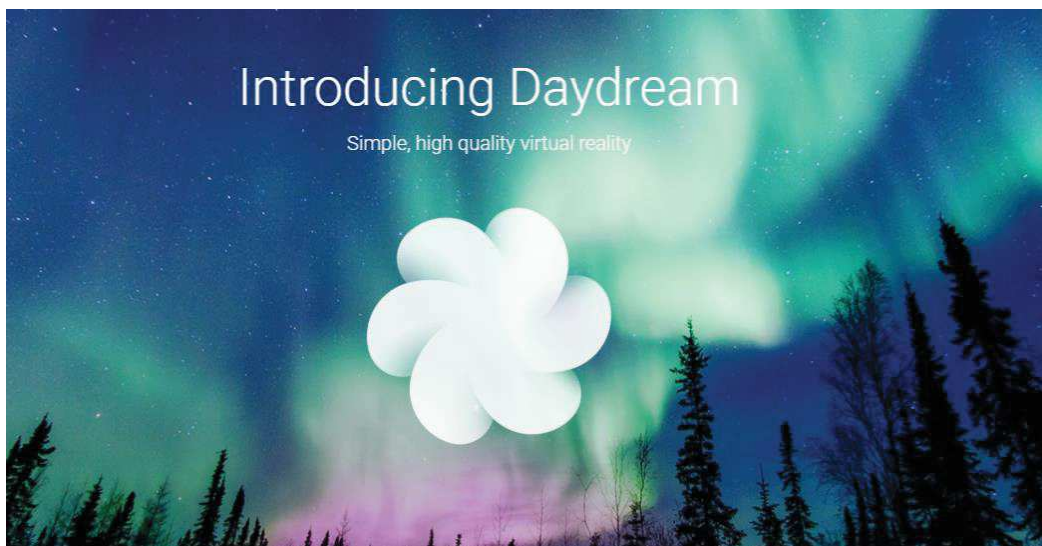
Enfin, à la marge, nous retrouvons les verbes « explorer » et « découvrir » qui viennent compléter « immerger », « plonger » et « faire l'expérience ». Les adjectifs « magique » - l'autre versant de « virtuel » -, « intuitif » et « naturel » viennent asseoir la dimension « presque réelle » des contenus proposés.

En somme, nous retrouvons sur les 4 sites internet près de 10 termes caractéristiques du discours d'escorte. En tout, nous comptons presque 100 occurrences de ces dix termes. L'immersion est rendue palpable grâce à tous ces éléments de langage, et se marie à d'autres registres lexicaux, nourrissant d'autant plus son imaginaire. C'est cet imaginaire que nous analysons maintenant.



### 3) La sémiotique de l'immersion : un imaginaire riche qui sublime le dispositif

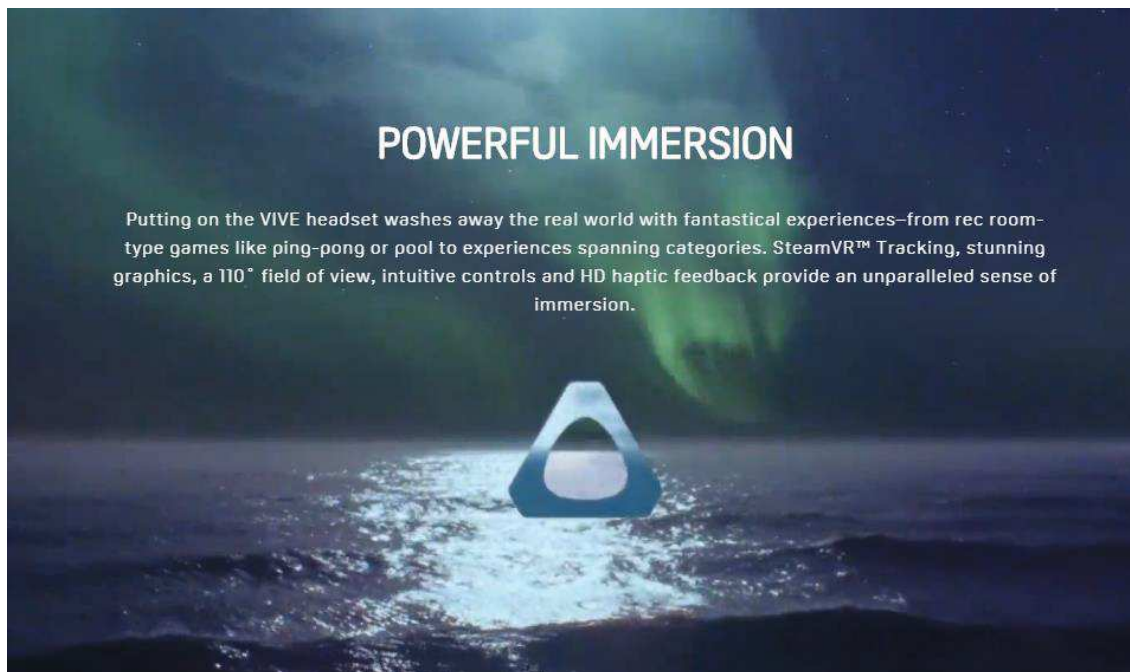
Les éléments de langage analysé plus haut dialoguent avec l'imaginaire représenté dans les sites internet. Comment figurer l'immersion ? Nous avons constaté l'usage des termes « mondes », « voyages » et « aventures ». Il est question de reproduire des imaginaires connexes. Sur le site de Daydream, la zone de flottaison est dédiée au logo. Celui-ci se superpose à un paysage de type nordique : nous voyons des grands pins et des aurores boréales dans un ciel constellé. Ce type d'image, qui conviendrait tout-à-fait à un site de promotion du tourisme en Suède, est utilisé par Daydream pour illustrer la promesse du dispositif : « Daydream vous emmène dans des aventures incroyables en réalité virtuelle ». « Maintenant, vous pouvez voyager dans l'espace ». Ce paysage peut être l'un des mondes qu'il est possible de visiter, mais surtout il entend faire rêver l'utilisateur, comme l'indique le nom Daydream, littéralement « rêve éveillé ». Des paysages septentrionaux sont une métaphore du voyage, de l'aventure et de l'inexploré, bien loin du quotidien des amateurs de VR, qui, dans leur majorité, résident dans de grandes villes situées à des milliers de kilomètres du cercle polaire.



*Zone de flottaison du site de Daydream*

Sur le site de HTC Vive, nous retrouvons une image semblable : le logo apposé sur un paysage. Cette fois ci nous sommes sur l'océan mais il est intéressant de noter que des aurores boréales sont aussi présentes. Elles sont le rare attribut des paysages lointains et inexplorés et donc sujets à fantasmes. La VR promet d'accéder

à ces mondes par leur technologie. Cet océan sur le site de HTC Vive apparaît dans une animation particulière : nous observons le casque de face puis il se tourne et nous accédons aux lentilles où l'on place nos yeux. Les lentilles s'approchent puis disparaissent pour laisser la place à l'océan en plein écran. Cette animation s'efforce à représenter la « puissante immersion » de Vive, entre le moment où nous portons le casque à nos yeux et le moment où nous sommes dans le contenu même. Le casque se dématérialise et donne l'impression d'être réellement dans un autre monde, du moins c'est l'effet escompté.



*Site de HTC Vive : L'environnement présenté une fois « immergé » dans le casque*

L'animation analysée est tirée d'une vidéo de 1min40 nous répertoriée sur Youtube<sup>48</sup> qui illustre toute la promesse de HTC Vive : « une nouvelle réalité ». Dans cette vidéo, nous sommes portés de monde en monde à travers le logo de Vive. Nous passons à travers le logo comme dans un portail menant à un autre univers. En ce sens, le logo devient performatif, il fait advenir l'immersion. Les mondes sont divers, à la fois réels (désert, océans) et oniriques (galaxies, aurores boréales) et bien souvent tirés de sciences fiction (villes futuristes, circuits imprimés). A la fin de la vidéo, nous entrons dans le logo et traversons une sorte de tuyau pour arriver à une lumière, celle du logo Vive, la « nouvelle réalité ». Le procédé du canal menant vers une autre « réalité » est tiré de plusieurs œuvres de science-fiction. Nous pouvons

---

<sup>48</sup> Présentation de HTC Vive [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=10&v=o5xrMfHNtmU](https://www.youtube.com/watch?time_continue=10&v=o5xrMfHNtmU) (consulté le 02/11/2017)

citer *Matrix*, où les « relais » dans le bras et la nuque permettent de se « brancher » à la Matrice. Dans le film, la première fois que Néo entre dans la Matrice, il y a une animation vertigineuse pour représenter le déplacement d'une conscience d'un monde à l'autre. Comme pour faire échos aux connexions neuronales – des tuyaux – nous permettant d'actualiser une réalité. De même, le film *Avatar* exploite le même imaginaire. La transposition de la conscience de l'humain à l'avatar s'opère par des branchements reliant le cerveau à un ordinateur de contrôle. Ici aussi, nous assistons à une animation figurant un déplacement rapide dans un tunnel jusqu'à la lumière, celle que ce perçoit l'avatar.

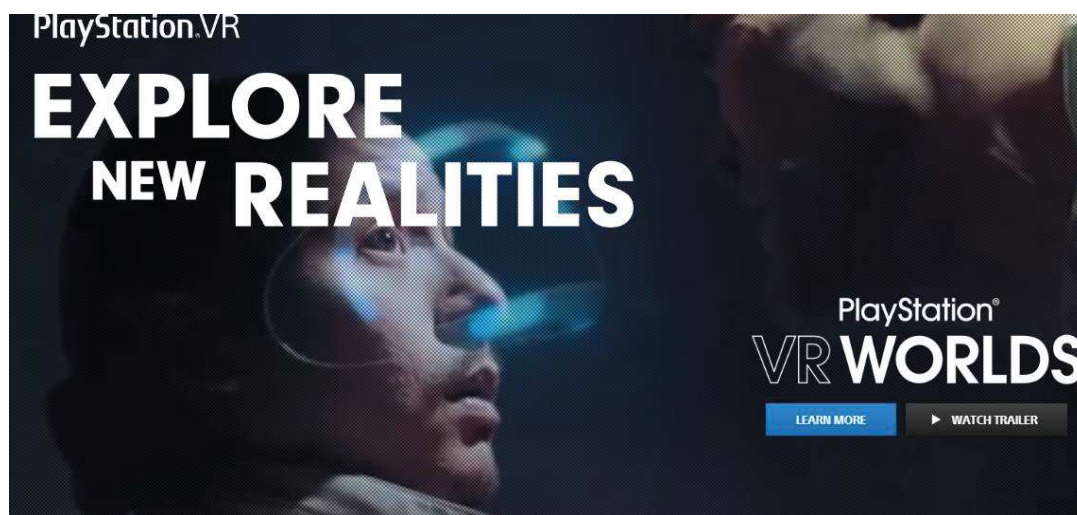
Sur le site d'Oculus, il existe des similitudes pour représenter le potentiel immersif du casque. Pas d'animation d'entrée dans le casque mais une image des lentilles vibrantes de lumière, comme un univers entier n'attendant plus que l'utilisateur. La puissance du dispositif est magnifiée et fait écho au nom du casque Oculus Rift, de l'anglais « éclaircie » – entendue ici comme une fissure dans le monde réel vers un autre monde.



*Site de Oculus Rift. Le dispositif sublimé sur un fond noir*

Une autre manière de représenter l'immersion est de rendre poreuses les frontières entre le casques (qui est matériel) et les contenus (des séquences d'images et de

sons). Sur le site de PSVR, nous pouvons voir un dispositif fantasmé, c'est-à-dire se libérant de son aspect matériel pour ne laisser que de fins contours. Le casque s'efface pour donner l'impression à l'utilisateur qu'il est totalement immergé dans ce nouveau monde « presque » réel.



*Site de PSVR. Le dispositif se fond dans les mondes qu'il propose*

Mais le casque reste la condition nécessaire pour accéder à ces mondes. Sur le site de HTC Vive<sup>49</sup>, bien que la limite soit plus distincte, c'est bien le casque qui franchit la frontière entre le monde de l'utilisateur (sombre et terne) et le monde de la réalité virtuelle (haut en couleurs). Enfin, toujours pour figurer l'immersion, l'utilisateur est mis en scène en portant le casque, mais sur un fond blanc<sup>50</sup>. Comme si le décor environnant s'effaçait et n'existait plus que le monde dans la VR, qui est soumis à l'imaginaire de celui qui contemple l'image. Seule l'expression de l'utilisateur ébahi nous fait appréhender la nature spectaculaire du contenu.

L'« immersion », le « voyage », les « mondes » et les « expériences » font l'objet d'un riche imaginaire, à la fois tirés de paysages réels et d'univers de science-fiction. Le dispositif est forcément sublimé et fantasmé dans ces discours d'escorte qui promettent de nouveaux mondes, voire une nouvelle réalité. Il s'efface, traverse les frontières et permet de maîtriser les éléments et donne toujours plus de force à la promesse et au concept d'immersion.

---

<sup>49</sup> Voir annexe 8

<sup>50</sup> Voir Annexe 8



## B) L'identité des écrans d'accueil comme actualisation des discours d'escorte

Les discours d'escortes analysés précédemment facilitent l'intégration des casques de réalité virtuelle parmi les utilisateurs. Ils prescrivent en amont des usages et des imaginaires aux dispositifs. Cependant, les discours d'escorte ne se construisent pas seuls, ils se prolongent. Sans actualisation, un discours est vain et vide, il perd de sa crédibilité et s'annule.

Ainsi, les casques et les discours évoluent de manière dialogique, ils se répondent et se citent entre eux. Le casque performe le discours. En effet, les imaginaires et éléments de langages analysés en deuxième sous partie ne sont pas rapportés à un contenu précis mais au casque dans son ensemble. Oculus Rift, HTC Vive et Daydream sont considérés dans le discours comme un tout, le résultat de la technologie et des contenus. Le discours parle du dispositif, le dispositif parle du discours. L'écran d'accueil agit comme une caisse de résonance au discours car c'est le moment où le dispositif même s'exprime, au nom de la marque et donc du discours construit en amont. L'écran d'accueil s'affichant en premier avant tout autre contenu, c'est aussi le moment où le discours d'escorte s'actualise pour la première fois. Il porte donc une lourde responsabilité, celle d'être garant de l'imaginaire et des éléments de langage construits en amont. En l'occurrence, l'écran d'accueil actualise l'immersion – sous toutes ses formes et dérivées lexicales que nous avons pu observer. Il devra rendre compte d'une immersion dès que l'utilisateur portera le casque à ses yeux.

Dans cette troisième sous partie, nous ne parlons plus d'interface mais d'écran d'accueil. Nous observons l'écran d'accueil comme un tout, avec ses fonctionnalités, ses éléments de langage, ses matérialités graphiques, sonores et textuelles et ses séquences introductives – que nous analyserons en troisième et dernière partie.

Tout ce qui façonne son identité.

Par une analyse sémiotique des trois écrans d'accueil (Oculus Rift, HTC Vive et Daydream) nous allons appréhender leur rôle dans l'actualisation du discours d'escorte. Plusieurs questionnements au cours de cette analyse : de quel imaginaire les écrans d'accueil sont-ils emprunts ? Quel prolongement des discours d'escorte ? Quelle référence et cohérence ? Comment formalisent ils l'immersion ?

## 1) Oculus Home, sublimer la métaphore du foyer

Commençons notre analyse par l'écran d'accueil d'Oculus Rift nommé « Oculus Home ». D'emblée, le fait de nommer l'écran d'accueil confirme la volonté de lui donner du sens et de construire un univers autour. En effet, Oculus Home, de l'anglais « maison » donne une à voir toute une sémiotique du foyer et de l'intime. L'écran d'accueil se présente ainsi : Nous observons du point de vue objectif (à la première personne) une grande pièce faisant visiblement office de salon et salle à manger. A gauche, nous retrouvons un canapé en face d'un feu de cheminée. Plus au dos se trouvent une table et un bar avec des chaises hautes et un prolongement de la salle sur une annexe. A notre droite une collection de statues sur le mur suivi d'un escalier montant à l'étage. L'utilisateur se trouve au milieu de la pièce, entouré de livres, de coussins et de petits courants d'eau. Au loin nous observons des arbres et des habitations sur un ciel bleu.



*Oculus Home dénudée de son interface*

Nous pouvons noter des inspirations du design d'intérieur japonais comme les plans d'eaux, les cailloux, les statues et les surfaces vierges rappelant le tatami.

A l'extérieur, des références japonaises avec des sortes de cerisiers en fleur par leurs tons roses. Il n'y a pas de musique d'ambiance juste le léger clapotis de l'eau.

Le design sonore est discret, des sonorités synthétiques – dites « electronic beep » ou « pluck » – manifestent les actions sur l'interface (confirmer une action, changer de page...). Il est possible de changer d'« environnement » depuis la mise à jour d'avril 2017. En effet, nous pouvons nous retrouver à l'extérieur de la maison, sur



une terrasse avec une vue vespérale sur une ville en contrebas. L'ambiance générale inspire le calme et la sérénité. Tout est mis à disposition pour se sentir dans sa zone de confort, chez soi. En ce sens, Oculus Home se présente bien comme une « maison » où peut se détendre l'utilisateur.

Inspiration japonaise, statues, silence, solitude... Oculus Home semble également propice à la médiation. C'est là où nous observons que cet écran d'accueil cultive l'immersion. En effet, la méditation est une manière d'apaiser son esprit en se concentrant sur un objet de pensée particulier. L'immersion promise par Oculus semble être comparée à cet exercice spirituel. Dans Oculus, il n'est pas question de méditer mais bien d'exploiter l'imaginaire autour de la méditation. Oculus Home peut être alors considérée comme la métonymie de l'immersion dans le sens où elle est le moyen et non pas la figuration même.

Cependant, avec un peu plus d'attention, nous observons quelques éléments transgressent la base réaliste confirment la dimension immersive d'Oculus Home. Le feu de la cheminée et les arbres affichent un graphisme différent du graphisme photo réaliste. En effet, ces deux éléments de décor sont en « Low Poly » ou « Faibles polygones ». Il s'agit d'une tendance de design graphique rendu les traits moins détaillées, plus anguleux, s'apparentant au dessin, pour un rendu « retro » et enfantin<sup>51</sup>. De plus, nous pouvons constater des anomalies propres à la gravité: les colonnes au fond de la pièce lévitent tout comme les habitations qui flottent dans le ciel. Nous touchons alors du doigt l'univers du fantastique. Pour rester dans la culture japonaise, nous pouvons établir un lien avec les mondes d'Hayao Miyazaki en dessins animés où beaucoup d'éléments flottent dans le ciel.

Oculus Home transgresse les frontières entre l'environnement supposé réel et des mondes fantastiques que promet Oculus Rift. La limite est poreuse, les éléments s'invitent subtilement dans la « home ». Ils sont déjà là, comme un avant-gout des prochains contenus. Ainsi, la « home » d'Oculus Rift est remplie d'éléments propres au discours immersif, ils sont essentiellement suggestifs et exploitent discrètement nos imaginaires. Oculus Home peut être alors considéré comme une maison en tant que tel mais également comme la métaphore du foyer. C'est-à-dire le foyer de l'expérience en réalité virtuelle, le vivier des contenus, l'endroit où tout commence, supposément via les facultés spirituelles de l'utilisateur.

---

<sup>51</sup> <https://www.sessions.edu/notes-on-design/whats-the-deal-with-low-poly-art/> (consulté le 02/11/2017)

## 2) Vivehome et Viveport : espaces et science-fiction

L'écran d'accueil de HTC Vive a ceci de particulier qu'il est divisé en deux espaces nommés différemment : « Vivehome » et « Viveport ». Commençons l'analyse avec Vivehome, l'écran d'accueil par défaut. Comme pour Oculus Home, nous observons la scène à la première personne, ce qui semble un pré requis pour s' « immerger » dans l'univers proposé. Vivehome est une unique plateforme en longueur, les deux extrémités mènent à un vide à pic. Nous pouvons nous déplacer dans cet espace à loisir. Contrairement à Oculus Home, Vivehome est pensé pour être exploré. Manifestement, nous sommes en orbite autour de la planète terre car nous pouvons l'observer depuis la plateforme, scintillante des lumières des grandes villes.



*Vivehome, vue sur la planète terre (capture d'écran d'une vidéo de démonstration)*

Vivehome peut être comparée à une station spatiale : sol en platine, architecture presque futuriste, néons et autres lumières au sol. La plateforme est comme un immense cockpit vide. Le tableau de bord est en fait l'interface de commande sur les contenus, que l'utilisateur peut faire disparaître à loisirs pour mieux profiter de la vue. C'est aussi une façon de donner à l'utilisateur le pouvoir sur cette station spatiale. Le décor est digne des jeux vidéo comme Metroid Prime (Nintendo) ou plus récemment Destiny (Activision). L'imaginaire de science-fiction propre à l'espace est fortement sollicité : quitter la terre, c'est déjà un autre monde.



*Vivehome, l'autre extrémité (capture d'écran d'une vidéo de démonstration)*

Cependant, bien que beaucoup d'éléments soient réunis, nous ne sommes pas réellement dans l'espace mais à l'air libre. Nous pouvons entendre le vent souffler et s'intensifier lorsque nous nous penchons vers le vide. Il y a des nuages dans un ciel bleu nuit chargés d'étoiles, plusieurs lunes gravitent autour de la terre. Sommes-nous dans l'espace ? Sommes-nous toujours dans l'atmosphère ? A l'instar de Oculus Home, nous sommes en présence de deux univers incompatibles transgressifs. Les frontières entre environnements réels et virtuels sont brouillées et actualisent la promesse de l'immersion dans d'autres univers.

L'autre versant de l'écran d'accueil est Viveport<sup>52</sup>. C'est l'endroit où l'utilisateur accède au catalogue de contenus. Pour afficher Viveport, l'utilisateur doit littéralement *entrer* dans le logo comme un « portail » vers une autre pièce. Par ailleurs, ce « portail » peut être déplacé n'importe où dans Vivehome, induisant le fait qu'il est matériellement désolidarisé de la plateforme.

---

<sup>52</sup> Visite de Vivehome <https://www.youtube.com/watch?v=QFbUArgV49k> (consulté le 02/11/2017)



*Pour entrer dans Viveport, l'utilisateur doit entrer dans le logo  
(capture d'écran d'une vidéo de démonstration)*

Par cette action spécifique, l'immersion que promet Viveport est performative en soi car il faut « entrer » dans son logo. Il y a immersion dans la plateforme avant même d'accéder aux contenus.

Le décor de Viveport est identique à celui de Vivehome à l'exception de quelques détails. La différence est surtout palpable au point de friction entre les deux plateformes. Les deux espaces cohabitent et se veulent indispensables. Viveport se nomme ainsi pour affirmer son rôle de point de passage – de « port » – entre le monde réel et celui de la réalité virtuelle, alors que Vivehome est un lieu pensé comme un espace intime, personnalisable pour s'y sentir comme « chez soi ».

Enfin, HTC Vive fait indubitablement référence à la vidéo de présentation où l'utilisateur entre dans le logo pour se téléporter dans des mondes. Il y a donc une très forte cohérence entre l'écran d'accueil et le discours d'escorte.

Ainsi, l'écran d'accueil d'HTC Vive (Vivehome et Viveport) nous donne à voir une certaine idée de l'immersion, parfois redondante : la métaphore de l'espace, les références à la science-fiction, le flou entre univers réels et virtuels et le discours performatif de Viveport lorsqu'il est question d'entrer dans les contenus. Dans cet écran d'accueil, l'actualisation de l'immersion est presque tautologique mais peut se targuer de rendre cohérent et de prolonger son discours d'escorte.



### 3) Daydream : Figures et environnements oniriques

Sur son site internet, Daydream file la métaphore du rêve pour illustrer l'immersion. Rêver, c'est quitter le monde réel et entrer dans un autre univers où tout échappe au poids de la réalité. Le cauchemar effraie. Le rêve, sujet aux fantômes, est galvanisé. Comment cela se traduit-il dans l'écran d'accueil ? Tout d'abord, le style graphique se démarque d'Oculus Rift et HTC Vive. L'intégralité de l'environnement est en « Low Poly » avec des couleurs vives beaucoup plus contrastées<sup>53</sup>.

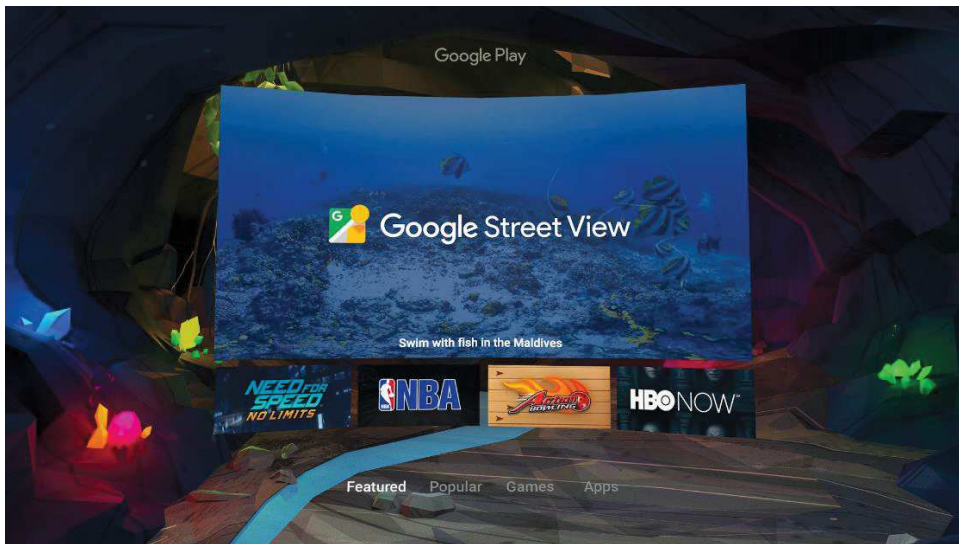


*L'écran d'accueil de Daydream, dénudé de son interface*

L'univers n'a pas pour vocation d'être réaliste mais au contraire de nous emmener dans un monde onirique, où les formes et les couleurs changent. Le décor en soi est un décor « de rêve », c'est-à-dire idyllique : une forêt avec une petite rivière, des montagnes et une cascade au loin. Un ciel dégagé et un soleil généreux. Des oiseaux et de renards peuplent discrètement les collines et les arbres. Tout est calme, agréable et pensé pour se croire dans un rêve dans lequel nous souhaitons passer du temps. Plus l'interface traite du contenu, plus le décor s'enrichit. Pour les méta fonctionnalités, nous observons un ciel sombre avec des montagnes au loin. Très peu d'éléments. A l'inverse, sur l'écran du Google Play Store, nous nous retrouvons dans une grotte abondante de diamants et de gemmes multicolores émanant des volutes de lumières. Une manière de sublimer les contenus en comparant le store à une mine remplie de pierres précieuses.

---

<sup>53</sup> Visite de Daydream <https://www.youtube.com/watch?v=TMBzWTKd8bo> (consulté le 02/11/2017)



*Décor du Google Play Store dans Daydream*

Les graphismes comme les éléments de décor rappellent ceux des jeux vidéo du type *Super Mario* (les arbres et le ciel bleu) ou *Legend of Zelda*, (les animaux, la grotte et les diamants). Il est difficile de reproduire de façon pragmatique l'imaginaire du rêve car il s'agit d'une manifestation cérébrale complexe. Ces jeux vidéo s'y sont essayé ont progressivement construit des univers oniriques plutôt chatoyants et fortement appréciés dans la culture populaire. Ainsi, Daydream cultive l'appartenance à ces univers se réappropriant leur sémiotique.



*Paysage de Super Mario Galaxy (Nintendo, 2007)*





*Paysage de Legend of Zelda Breath Of The Wild (Nintendo, 2017)*

La métaphore du rêve est un moyen de rendre plus naturel le concept d'immersion dans des mondes oniriques. Dans le monde du jeu vidéo, la transgression à l'extrême en partant sur une base réaliste est un procédé courant pour créer des univers ludiques et imaginaires disposant de leurs propres règles.<sup>54</sup> Le nom Daydream, « rêve éveillé », prend sens dès l'écran d'accueil en affirmant sa volonté de transporter comme l'utilisateur dans un monde onirique sur lequel il peut agir, comme une « machine à rêve ».

---

<sup>54</sup> Boris Beaudé, *Les jeux vidéo comme espaces de médiation ludique*, in Espace et Temps du jeu vidéo, dir. Samuel Rufat et Hovig Ter Minassian, L>P Questions théoriques, 2014, page 34

## 4) VR Within : mystifier l'immersion

Nous terminons l'analyse sémiotique des écrans d'accueil avec un cas particulier, celui de VR Within. VR Within est une plateforme de contenu VR disponible sur le navigateur internet Chrome. L'ambition de cette plateforme est de d' « apporter la VR sur le Web »<sup>55</sup>. Autrement dit, Google souhaite populariser les contenus de réalité virtuelle depuis son navigateur internet, beaucoup plus utilisé que les casques eux même, et inciter à terme à se procurer un casque Daydream.

Concrètement, la plateforme s'affiche en pleine écran sur ordinateur, et il est possible de l'explorer en vue « 360° ». C'est-à-dire qu'il est possible de déplacer le point de vue en effectuant des rotations avec la souris<sup>56</sup>. Mais l'utilisateur peut « passer le pas » en téléchargeant l'application et profiter d'une vision en réalité virtuelle. C'est-à-dire qu'il faut intégrer le téléphone dans un support de type Cardboard ou Daydream, l'écran du téléphone se sépare deux (une fenêtre pour chaque œil) pour exploiter la parallaxe et créer l'effet en trois dimensions.

En résumé, VR Within sur navigateur internet est un avant-goût de l'univers en réalité virtuelle, et en ce sens s'accorde avec les discours d'escorte faisant la promotion de l'immersion. Comment cela se traduit-il sur son écran d'accueil ?

L'interface est similaire aux autres écrans d'accueil – en blocs – mais celle-ci ne propose que des contenus en quantité limité. Pas de meta fonctionnalités, ni de fonctions annexes. L'écran d'accueil en soit se présente comme Daydream ou Oculus, nous pouvons observer l'univers dans son intégralité mais pas nous déplacer. Concernant l'univers, nous sommes en présence d'un paysage à la frontière entre le mythe et la réalité. Les éléments observables sont dignes des grands espaces du Yukon: un grand lac, des sapins sur les rives, des montagnes au loin baignant dans un ciel crépusculaire. Un paysage ouvert, à l'horizon dégagé qui inspire au voyage et à l'exploration

---

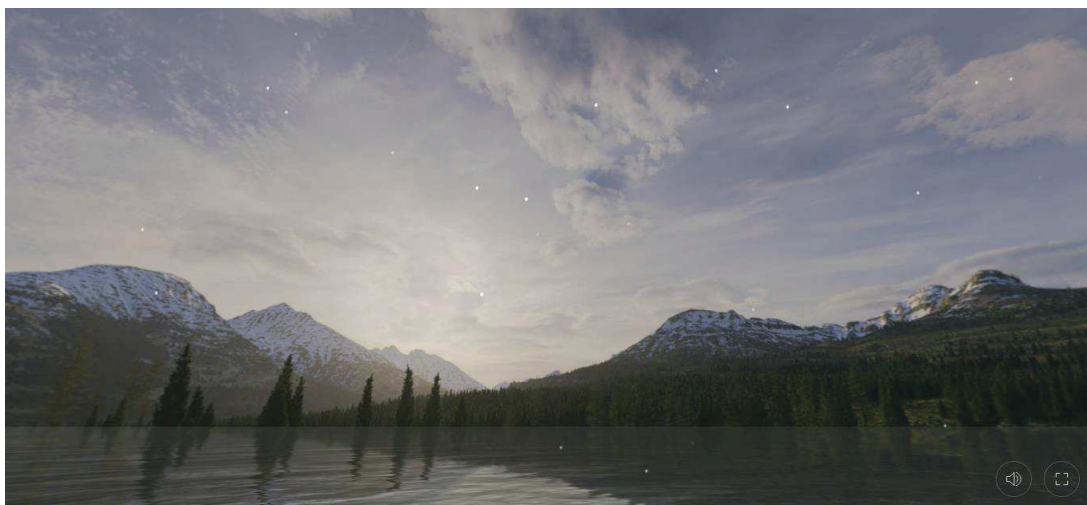
<sup>55</sup> <https://www.blog.google/products/google-vr/bringing-within-webvr/> (consulté le 02/11/2017)

<sup>56</sup> <https://vr.with.in/> (consulté le 02/11/2017)



*L'interface de VR Within sur navigateur internet*

Des éléments plus discrets viennent une fois encore brouiller les frontières de la réalité. Des lumières émanent du lac et s'envolent vers le ciel, nous nous tenons seul sur l'eau, comme une figure mythique. L'ambiance sonore confirme la dimension mythique avec des basses de synthétiseurs jouant des nappes dans le grave. Ces sonorités peuvent être comparées au design sonore du cinéma de science-fiction. Particulièrement celui de Christopher Nolan dans « Interstellar » (2014) ou de Denis Villeneuve dans « Premier Contact » (2016). Par ailleurs, le paysage observé ici est semblable à ceux où se passent les événements de ces deux films, c'est-à-dire des grands espaces nord-américains, paisibles d'apparence.



*Environnement de VR Within, au dos de l'interface*

Ainsi, VR Within cultive une ambiance paranormale voire extraterrestre par ces subtils éléments, comme aime le faire le cinéma de science-fiction aujourd'hui. Dans « Premier Contact » ou « Interstellar », les paysages naturels tiennent une place de prépondérantes et les effets spéciaux restent modérés. Dans l'écran d'accueil de VR Within (littéralement « à l'intérieur de ») la représentation de l'immersion est mystifiée. Il n'y a pas de moyen matériel, seulement la nature est des éléments inspirés des mythes du cinéma de science-fiction qui emmènent subtilement l'utilisateur vers un autre univers.



*Paysage du film « Premier Contact » (Paramount Pictures, 2016)*

L'immersion est un procédé qui engage le corps dans des environnements numériques. Auparavant utilisé dans les rites chrétiens pour désigner l'entrée d'un corps dans l'eau, les médias informatisés se sont réappropriés le terme en filant la métaphore. L'entrée du corps dans un environnement différent est reproductible par les technologies graphiques, sonores et haptiques, la réalité virtuelle s'y prêtant particulièrement. Cependant l'engagement de l'utilisateur est indispensable pour rendre concret les perceptions de l'environnement numérique.



L'« immersion ». Le terme est polychrétique, c'est-à-dire qu'il pratique une « polyvalence dans les textes et actes de communication »<sup>57</sup>. Le terme connaît des usages différents et beaucoup de réappropriations dans les sphères marchandes et notamment dans celle du divertissement. Depuis la création du concept de « réalité virtuelle », les discours d'escorte ont façonné un imaginaire autour de l'immersion, empruntant à la fois aux œuvres de science-fiction, aux jeux vidéo et aux disciplines spirituelles. Dans les sites internet, première vitrine de la technologie VR, les termes circulants sont nombreux et s'efforcent à créer des « mondes », des « voyages » et des « expériences ». Transposés aux casques, nous observons que les discours d'escorte restent inchangés. La promesse est identique à la différence que le moyen pour y parvenir est unique pour chaque casque. Pour Oculus, l'immersion s'opère via la méditation. Pour HTC Vive, la téléportation et pour Daydream, le rêve. VR Within étant un cas particulier, il se prête au même exercice en créant un univers propice à l'immersion, par une mystification, et en faisant échos aux discours d'escorte construits en amont.

La prétention immersive est affirmée dès l'écran d'accueil. Ce dernier reflète l'imaginaire de la marque et actualise son discours d'escorte. L'écran d'accueil devient objet sémiotique actif, dynamique qui représente en toute circonstance les promesses du dispositif. De fait, l'écran d'accueil un espace de tension entre la cohérence des discours d'escorte et les capacités techniques du dispositif. En effet, les constructeurs doivent trouver l'équilibre entre l'environnement numérique à afficher et la puissance graphique, sonore et haptique qu'il requiert. Sachant que la majorité des capacités du casque est réservée aux contenus et pas à l'écran d'accueil.

Si notre deuxième hypothèse semble être validée, nous avons axé notre analyse sur la technique et les discours. Une dimension manque à notre réflexion, celle de l'utilisateur. Dans quelle mesure l'écran d'accueil est-il un attendu social et culturel ? Quelle est la généalogie des fonctions liminaires des médias ? Quelle importance accordée à la pratique introductive d'un écran d'accueil. Nous tenterons de répondre à ces questionnements en dernière partie.

---

<sup>57</sup> Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité*, Editions Non Standard, 2014, p 10

# **Donner les repères, anticiper la posture, faire illusion.**

## **L'introduction, une pratique médiatique dans laquelle s'inscrit la réalité virtuelle**

---

Le travail analytique mené jusqu'à présent nous a permis de comprendre ce que les écrans d'accueil donnent à faire (interface) et à voir (imaginaire) à l'utilisateur.

Si nous sommes parvenus à façonner l'identité des écrans accueil de VR, l'approche reste pragmatique et se limite à ce que nous pouvons en observer.

Un écran d'accueil est certes observable à travers l'ergonomie et les discours marchand, mais pour en saisir l'enjeu de passage entre le monde réel et le monde virtuel, il s'agit de prendre du recul et considérer les écrans d'accueil non pas comme simple objet mais comme construit social et culturel. C'est-à-dire que l'écran d'accueil s'inscrit dans une logique médiatique créée, objectivée et institutionnalisée, pour en devenir une tradition. Cette tradition est celle de l'introduction aux contenus. Cette troisième et dernière partie se veut socio sémiotique. Elle tente d'établir le lien entre les éléments observables d'une généalogie médiatique et les théories de science de l'information et de la communication. Nous traiterons d'une dimension plus profonde, fondatrice, au-delà de ce que les écrans d'accueil donnent à voir, pour comprendre la raison de leur présence et les logiques qu'ils perpétuent.

Tout d'abord, nous retracerons une généalogie des pratiques introductives des médias, en se concentrant sur le théâtre, le cinéma et les jeux vidéo. En effet, à l'instar de la réalité virtuelle, ces dispositifs donnent à voir des représentations du réel. En ce sens, ils ont chacun une prétention immersive à leur contenu. Une fois ce travail effectué, nous pourrions mieux comprendre et voir l'héritage des pratiques introductives reproduit dans la réalité virtuelle

En deuxième sous partie, nous entrerons dans une certaine complexité théorique appliquée aux écrans d'accueil, pour mieux comprendre cet objet dans le temps long au prisme des sciences de l'information et de la communication.

D'abord, nous tenterons de montrer que les écrans d'accueil sont porteurs d'énonciation éditoriale. C'est-à-dire qui donnent à voir les conditions de création des contenus, par une sémiotique polymorphe et polyphonique. En se rendant visible, les écrans d'accueil s'inscrivent dans une logique médiatique.

Ensuite, nous montrerons comment les écrans d'accueil conditionnent l'utilisateur dans l'univers sémiotique du dispositif. C'est-à-dire la façon d'anticiper la posture du corps et donner les repères topographiques pour créer opérer le passage du monde réel au monde virtuel.

Enfin, nous penserons l'écran d'accueil comme une « fantasmagorie », en d'autres termes comme une scène de communication effaçant la matérialité du média informatisé, si pesante pour la réalité virtuelle.

## A) Postures et pratiques introductives : l'héritage de la réalité virtuelle

La réalité virtuelle est une technologie puissante mais n'est pas le premier dispositif à proposer l'immersion (dans le sens contenus audiovisuels plus ou moins fictifs). Le théâtre, art antique, a beaucoup en commun avec les casques de réalité virtuelle. Au-delà de ses fonctions morales et politiques, le théâtre se chargeait dès l'antiquité d'imiter le réel. Aristote dans la « Poétique » considère l'art dramatique comme une *mimesis* du réel – d'où le terme « représentations » pour parler de pièce de théâtre. Selon lui, les hommes aiment voir les représentations du réel car elles excitent nos passions, c'est le plaisir esthétique qui provoque des émotions propres à la nature humaine. Aristote le définit ainsi. « Il s'agit, non seulement d'imiter une action dans son ensemble, mais aussi des faits capables d'exciter la terreur et la pitié, et ces émotions naissent surtout et encore plus, lorsque les faits s'enchaînent contre notre attente »<sup>58</sup>. Bien avant les médias informatisés, le théâtre stimulait les sens et immergeait dans un autre univers. Par ailleurs, Platon s'opposait aux stimulations

---

<sup>58</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Po%C3%A9tique\\_\(Aristote\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Po%C3%A9tique_(Aristote)) (consulté le 02/11/2017)



sensorielles qui donnent à voir et à sentir un objet réel (comme l'imitation du bruit du tonnerre ou le bruit du clapotis de l'eau). Selon lui, ces artifices appauvrissent la performance de l'acteur, la puissance des mots est plus propice à « muscler l'imaginaire »<sup>59</sup> des spectateurs. La réalité virtuelle n'aurait sans doute pas trouvé grâce à ses yeux.

A la fin du XIXème siècle, la naissance du cinéma apporte une nouvelle manière de la représenter le réel. Le dispositif cinématographique bouleverse l'expérience immersive instrumentée jusqu'ici limitée au théâtre au livre. En effet, le réel est essentiellement capturé par la technique et non par la main de l'homme, c'est un niveau de précision supérieur qui change par conséquent la posture du spectateur face à l'écran.

Enfin, au début des années 1980, les environnements numériques naissent en même temps que le jeu vidéo pour le grand public. C'est en quelque sorte la dimension ultime de représentation du réel : les jeux vidéo représente un réel fictif (des pixels codé par des logiciels) qui n'a jamais existé (né de l'inspiration des créatifs) Rétrospectivement, nous nous demandons comment ces trois dispositifs introduisent ils à leurs contenus ? De quelles pratiques introductives la réalité virtuelle hérite-t-elle ?

---

59

<http://philophil.com/philosophie/representation/Textes%20clefs/Condamnation%20Theatre%20Platon.htm> (consulté le 02/11/2017)

## 1) Le théâtre : des pratiques introductives traditionnelles et codifiées

Il n'est pas question dans cette sous partie de retracer l'histoire du théâtre – nous n'en avons ni la prétention, ni le temps – mais de mettre en lumière les pratiques introductives aux représentations théâtrales propres au dispositif. Le théâtre date de la Grèce antique, en l'honneur de Dyonisos, dieu du vin, des arts et de la fête. Les représentations ont pour but de retranscrire en spectacles les récits à la gloire des héros grecs et se tiennent autour d'un seul et même lieu, composé à la fois des gradins et de la scène. Le théâtre, du grec θέατρον (*theatron* en latin) est à la fois le lieu où l'on regarde et le lieu où l'on est vu. Le théâtre est une institution, il est organisé de manière à instaurer un support de communication pour le dieu Dyonisos (on observe une statue à son effigie au milieu de l'*orchestra*, et un temple à l'arrière de la scène) mais aussi pour les spectateurs. Les gradins sont un dispositif de communication, ils placent les spectateurs en posture d'écoute face à la scène.

Cependant, le dispositif seul ne suffit pas, théâtre introduit les spectateurs à ce qu'il se passe sur scène. La scène est composée du premier acteur le « protagoniste », et au fil du temps sont apparus le deuxième et le troisième acteur (deutéragoniste et tritagoniste). L'élément resté inchangé du théâtre antique est la présence du chœur dans l'*orchestra*. Ce dernier est composé de plusieurs chanteurs et danseurs ainsi que d'un chef d'orchestre, le *coryphée*. Le chœur tient une place particulière au théâtre. Il peut représenter des personnages mais agit surtout comme médiateur entre la scène et les gradins. En effet, le chœur incarne souvent l'auteur du récit, il explique avant chaque scène son contexte et résume les situations pour aider le public à suivre les événements et savoir comment réagir. Les représentations théâtrales exigent de se « muscler l'imaginaire » selon Platon<sup>60</sup>, mais l'exercice est complexe. La posture propice à accepter une représentation du réel se co-construit avec le dispositif théâtral. Le chœur qui fait partie à la fois du récit et du théâtre accompagne les spectateurs dans la réalité de la scène. Le chœur au théâtre antique est donc un des premiers éléments introductifs aux représentations du réel dans l'histoire des médias. Cependant, si la fonction du chœur se perpétue jusqu'au

---

<sup>60</sup> Ibid

théâtre classique, le dispositif théâtral évolue en même temps que ses pratiques introductives.

Le théâtre du moyen âge délaisse l'édifice en pierre pour préférer des scènes en bois, plus petites, avec des rideaux pour cacher les coulisses et la scène avant que la représentation ne commence. C'est à cette époque que naît la pratique des trois coups sur le plancher pour annoncer le début du spectacle (avec une variante de six et douze coups). Cette tradition, particulièrement française connaît plusieurs explications selon le nombre de coups). Référence religieuse à la trinité, à la royauté ou à la Grèce antique, les coups de bâton servaient plus pragmatiquement à alerter les machinistes en dessous de la scène et surtout attirer l'attention du public. S'ensuit le lever de rideau qui fait place au spectacle.

Durant ce procédé, ce ne sont pas les acteurs, ni l'auteur, ni le metteur en scène qui parlent mais le « brigadier », chef de l'équipe technique du théâtre. C'est en quelque sorte le dispositif théâtral qui s'exprime en lui pour introduire à la représentation. Cette tradition s'est perpétuée mais moins présente depuis l'affranchissement des codes classiques du théâtre avec les mises en scène contemporaines. Malgré tout, les trois coups et le lever de rideau se sont ancrés dans l'imaginaire comme des icônes du théâtre. Leur présence induit un changement de regard sur la réalité car tout ce qui suit ne sera que représentation théâtrale. Cette tradition opère une transition entre la réalité actuelle et celle présentée sur scène. Le théâtre dispose donc pratiques introductives qui accompagnent et préparent le spectateur à une posture particulière.

Aujourd'hui, les douze coups et le chœur ont disparus (sauf exceptions) et les metteurs en scène jouent avec les pratiques introductives en brouillant les frontières. Par exemple, des comédiens sont déjà sur scène quand le public entre dans la salle ou bien des scènes peuvent se dérouler dans les gradins. Le dispositif théâtral est donc omniscient et le spectateur peut être témoin d'une autre réalité à chaque instant. Dans la plupart des cas, c'est l'extinction des lumières qui marque le début et la fin d'une représentation. Point commun entre dispositif théâtral et cinématographique, nous analysons maintenant la transition symbolique entre monde réel et mise en scène.

## 2) Le cinéma : un rituel inchangé depuis sa création

Depuis sa création, le cinéma en Occident a toujours été regardé dans les mêmes conditions : une salle avec des rangées de sièges sur lesquels s'assoient les spectateurs. Une fois installés, le film commence et les lumières de la salle s'éteignent pour mieux faire ressortir l'image sur l'écran. Ce passage de la lumière au noir a été fortement décrié aux débuts du cinéma. Il n'était pas question de critiquer les contenus à l'écran mais surtout la posture d'écoute et de soumission à l'écran dans une salle obscure ou la seule option est de fixer la toile<sup>61</sup>. Le cinéma est accusé d'isoler les individus et de les aliéner à l'image, comme la réalité virtuelle aujourd'hui. Contrairement au théâtre qui représente le réel avec des comédiens sur scène et des décors tangibles, le cinéma projette une capture du réel sur une toile. Le théâtre est une conduite du réel alors que le cinéma est un effet du réel.

Selon Christian Metz, repris par Mathieu Triclot dans *Philosophie du Jeu Vidéo*, le dispositif cinématographique rend l'image à l'écran plus « vrai » : « l'irréalité du cinéma est une condition de son réalisme, c'est le signifiant imaginaire »<sup>62</sup>. Mais actualiser la réalité d'une image sur un écran induit une posture particulière du spectateur. C'est « l'état filmique » propre aux salles de cinéma. Selon Metz, la salle obscure et silencieuse favorise un « laisser aller » dans la perception et un « surinvestissement dans le regard qui intériorise toutes les actions imaginées »<sup>63</sup>. Toujours selon Metz, le spectateur a l'impression de se « réveiller » lorsque les lumières se rallument, comme si il avait rêvé le film. L'état filmique fait « confondre deux niveaux de réalité distinct ».

Ainsi, le passage de l'état « normal » à l'état « filmique » s'opère manifestement au moment où les lumières s'éteignent et le silence se fait. Par ailleurs, l'état filmique a rapidement attiré les annonceurs qui investissent désormais durablement sur le cinéma. En 2017, le taux de mémorisation des publicités au cinéma atteint 75%<sup>64</sup>. Le dispositif théâtral étant presque identique à celui du cinéma, plusieurs théâtres envisagent également d'insérer des publicités avant son « lever de rideau »<sup>65</sup>.

---

<sup>61</sup> Mathieu Triclot, *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, Zones, 2011 p. 71

<sup>62</sup> Ibid p. 90

<sup>63</sup> Ibid p. 91

<sup>64</sup> Médiamétrie, études « 75 000 Cinéma », 2017 – « Perception de la publicité locale au cinéma »

<sup>65</sup> <http://www.telerama.fr/scenes/au-theatre-bientot-de-la-pub-en-lever-de-rideau,160751.php>

Au fil du temps, l'extinction des lumières est devenue un icône du cinéma, faisant partie de l'expérience cinématographique et dépassant sa dimension pratique d'optimisation de l'image. Lorsque les lumières s'éteignent, c'est un « haaa » général et des « chut » qui fuient pour obtenir le silence. Le film va commencer, mettons nous en condition.

Ce rituel est aujourd'hui un attendu culturel, si bien que certaines salles de cinéma prolongent et formalisent la pratique introductive. En effet, les contenus de pré séance augmentent (bandes annonces, publicités, agenda), le cinéma vient à s'exprimer au-delà de l'extinction des lumières, il prend la parole et organise tous ces contenus. Par exemple, depuis quelques années, les cinémas Gaumont Pathé apparaissent à l'écran avec leur logo et leur charte graphique une fois les lumières éteintes<sup>66</sup>. Par succession d'écrans ils introduisent les bandes annonces « En ce moment », l'agenda des sorties (qui s'apparente de plus en plus à un app store) et termine sa présentation par une animation pour le moins « immersive » : une aspiration dans une spirale puis des faisceaux lumineux défilant à grande vitesse comme si nous « plongeons » dans autre univers, accompagné d'une bande son épique aux basses profondes. Nous retrouvons le même imaginaire que les films de science-fiction cité en deuxième partie, lorsqu'il est question de formaliser le processus d'immersion. A la fin de l'animation, Gaumont Pathé souhaite au spectateur une « Bonne séance ».

Au final, cette prise de parole est en quelque sorte une sublimation de la pratique introductive au cinéma. Au-delà des motivations marketing qui pousse à faire parler sa marque, l'animation de Gaumont Pathé explore prolonge une tradition cinématographique. Elle exploite le rituel de l'extinction des lumières qui, depuis le début du cinéma, signifie en soi « Bonne séance » (dans la mesure où les lumières s'éteignent pour que les conditions de visionnage soient les bonnes).

La pratique introductive au cinéma est née en même temps que le dispositif même. L'extinction des lumières est très signifiante et conditionne le spectateur.

La préparation à l'état filmique s'est ancrée dans l'imaginaire du cinéma comme un attendu culturel. Aujourd'hui, cet attendu culturel est tel que le rituel devient exploité, formalisé pour des logiques marketings, certes, mais nourrit encore plus la pratique introductive et sublime l'état filmique, propice à la croyance du réel à l'écran.

---

<sup>66</sup> Voir annexe 8

### 3) Le jeu vidéo : l'effacement progressif des introductions

Dans cette sous partie, nous allons faire l'analyse des séquences introductives des consoles les plus notables de l'histoire du jeu vidéo. Si la première console de jeu vidéo date de 1972 (la Magnavox Odyssey), les premiers succès commerciaux apparaissent dans les années 80. La SEGA Master System (1985) et la Nintendo Entertainment System (1986) se sont partagé en premier le marché des consoles de salon. A cette époque, les séquences introductives sont déjà présentes au lancement de la console<sup>67</sup>. La majorité des introductions affichent le logo de la console dans le « jingle » de la marque. Dans certains cas, les écrans d'accueil présentaient les personnages issus des licences du même constructeur (Mario pour Nintendo).

Avec l'arrivée de la 3D en 1994 avec la Playstation 1 de Sony, les discours d'escorte évoluent. Dans une vidéo de présentation de la Nintendo 64<sup>68</sup>, la marque vante la puissance graphique de la console qui permet « pour la première fois de naviguer dans un univers en trois dimensions en éprouvant une réelle sensation de liberté ». Les capacités techniques de la Nintendo 64 donnent une « profondeur » « magie » aux jeux vidéo. Ainsi les consoles dépassent leur dimension uniquement divertissante pour cultiver la dimension immersive dans des mondes virtuels. Les séquences introductives, parties prenantes des discours d'escorte, évoluent aussi. La Nintendo 64 anime son logo en trois dimensions, il émerge d'une sorte de liquide, comme une référence à l'immersion que promet la console. Pour rester dans la tradition de la NES, le personnage de Mario vient interagir avec le logo. La Playstation, nouvelle sur le marché, marque les esprits avec une introduction qui reste l'une des préférées et les plus reconnue de l'histoire des jeux vidéo<sup>69</sup>. Ici, pas d'animation en trois dimensions mais un travail sonore particulier. Nous employons des termes techniques pour le décrire. Il s'agit de notes jouées au synthétiseur avec

---

<sup>67</sup> Les séquences introductives des consoles de jeu vidéo les plus populaires de 1986 à 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=a3pHGfOUBvg> (consulté le 02/11/2017)

<sup>68</sup> Présentation de la Nintendo 64 [https://www.youtube.com/watch?v=Jnoatgl\\_93I](https://www.youtube.com/watch?v=Jnoatgl_93I) (consulté le 02/11/2017)

<sup>69</sup> La vidéo Original PlayStation Startup Intro a été visionnée plus de 1.2 million de fois, 7K pouces bleus vs 136 pouces noirs <https://www.youtube.com/watch?v=ekqYhP8PhMg> (consulté le 02/11/2017)



un filtre coup bande qui se déplace périodiquement sur le spectre musical. Le filtre coupe bande retire une bande de fréquence du signal sonore, l'effet n'est donc pas naturel. En somme, le rendu général donne l'impression que les sonorités viennent d'un autre univers, prétendument futuriste et robotique, mais dans tous les cas étranger au monde naturel.

La sixième génération de console est riche en séquence introductive. Quelques années plus tard, la Playstation 2 (2000) continue d'exploiter des sonorités immersives. La séquence introductive est composée de synthétiseurs jouant des notes descendant dans le grave à l'infini<sup>70</sup>. S'ajoute à ça une animation en 3D d'une chute dans des formes géométriques qui, couplé aux sonorités, donne l'impression de « plonger » dans un autre univers. Par ailleurs, l'interface des méta fonctionnalités étudiée en première grande partie reprend les éléments graphiques de la séquence introductive (formes géométriques, lumières mouvantes)<sup>71</sup>, assurant une cohérence dans l'écran d'accueil.

Du côté de la Gamecube (2001), Nintendo marque les esprits à son tour avec une introduction encore fortement appréciée aujourd'hui<sup>72</sup>. Il s'agit d'une animation du logo de la Gamecube avec des sonorités ludiques qui changent selon les boutons appuyés. Cette séquence reste dans la tradition de Nintendo qui consiste à faire jouer le logo de la console, comme c'était déjà le cas sur la NES et la Nintendo 64. L'animation introduit à des univers de jeux ludiques, qui composent la majorité des jeux de la Gamecube.

Enfin, la Xbox de Microsoft (2001), nouvelle concurrente sur le marché, ne néglige pas son introduction<sup>73</sup>. Nous pouvons voir une de chimère verte dans une sorte de laboratoire. Cette chimère grossit et éclate en dégageant une forte lumière, laissant place au logo Xbox. L'interface de la Xbox prolonge l'univers de la séquence introductive. Nous sommes à la frontière entre l'imaginaire des hautes technologies et du micro cellulaire. Tout est vert et sombre, les sonorités sont à la fois futuristes et inquiétantes. En un écran d'accueil, la Xbox donne à voir et à entendre un aperçu des mondes proposés. A savoir des univers de science-fiction, la plupart du temps

---

<sup>70</sup> Toutes les séquences introductives de la Playstation 2  
[https://www.youtube.com/watch?v=kGYIs7T\\_8Yk](https://www.youtube.com/watch?v=kGYIs7T_8Yk) (consulté le 02/11/2017)

<sup>71</sup> Voir annexe 9

<sup>72</sup> Séquences introductives de la Gamecube aux sonorités différentes. 1.6M de vues, 7k pouces bleus vs 112 pouces rouges <https://www.youtube.com/watch?v=ctYQ08gxkqA> (consulté le 02/11/2017)

<sup>73</sup> Introduction et interface de la Xbox

pour joueurs confirmés, ou il s'agit de manier des armes complexes et de maîtriser des interfaces informatiques (comme les jeux Splinter Cell ou Halo). Avec leurs séquences introductives, les trois consoles conditionnaient le joueur dans leurs univers respectifs. De plus, l'affichage en trois dimensions était à l'honneur, comme une manière de présenter la maîtrise des graphismes et son aspect spectaculaire pour l'époque.

Comme nous l'avons observé en première grande partie, la septième génération de console marque le début des interfaces par défaut – c'est-à-dire que l'interface s'affiche qu'il y ait un jeu inséré ou non. Les interfaces prennent le dessus sur les séquences introductives, qui se font plus discrètes. La Playstation 3 fusionne son introduction avec son interface en gardant exactement le même élément graphique en arrière-plan (une sorte de vague dégageant des étincelles)<sup>74</sup>. La Wii de Nintendo est plus radicale : l'introduction est tout simplement absente, l'utilisateur arrive directement sur l'interface de choix de contenu. L'exception est la Xbox 360 qui dispose de 2 séquences introductives (l'originale en 2005 puis une nouvelle en 2010 pour la Xbox 360 S)<sup>75</sup>. La huitième génération de console confirme l'effacement des introductions : l'animation est minimale, les sonorités beaucoup plus sobres et la séquence est raccourcie à 1 ou 2 secondes.

Quant aux interfaces, la dernière génération de console montre une certaine uniformisation de la structure et du graphisme<sup>76</sup>, loin des interfaces de la sixième génération. Au fil du temps, l'utilisateur s'habitue aux marques et aux univers. Les séquences comme celles de la Playstation ou de la Gamecube qui introduisaient des mondes graphiquement spectaculaires pour l'époque deviennent dispensables. L'utilisateur sait de quoi il en retourne. « L'état ludique » est intégré dans les usages, c'est-à-dire un retrait vis-à-vis du cours ordinaire des choses pour accepter des univers simulés<sup>77</sup>. Ainsi, nulle besoin d'accompagner d'avantage le joueur dans ces univers, il le fait aussi bien lui-même.

---

<sup>74</sup> Séquence introductive de la Playstation 3 <https://www.youtube.com/watch?v=tgPXIMbchFM>

<sup>75</sup> Evolution des introductions des consoles Xbox <https://www.youtube.com/watch?v=fEfk2RCQLoE>

<sup>76</sup> Voir annexe 5

<sup>77</sup> Mathieu Tricot, *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, Zones, 2011 p. 11

## B) Les écrans d'accueil comme foyer de la réalité virtuelle

Les écrans d'accueil de réalité virtuelle sont emprunts d'un héritage séculaire voire millénaire dans le cas du théâtre. Nous observons pour chaque média un accompagnement pour passer du monde réel à une représentation du réel. Dans le cas d'une expérience de réalité virtuelle événementialisée (test de casque, événement avec de la réalité virtuelle), il y a toujours un présentateur qui encadre l'expérience. Il explique la technologie, présente le contenu et guide l'utilisateur dans ses choix. Dans le cas d'une utilisation en autonomie, notre sujet, les casques de réalité virtuelle prolongent la tradition des pratiques introductives. Tout comme le cinéma, le casque fait le noir et le silence lorsque l'utilisateur le porte à ses yeux et ses oreilles. Puis, à la manière des consoles de jeux vidéo, un écran d'accueil apparaît. Il y a une reproduction des mêmes procédés.

A travers les siècles, ces pratiques introductives partagent la même finalité : la création d'une posture de retrait par rapport au réel. Qu'il s'agisse de l'état filmique du cinéma, de l'état ludique du jeu vidéo ou de l'excitation des sens au théâtre, il est question d'un état de croyance propice à accepter la représentation d'un réel. Cet état est propre au dispositif médiatique dans lequel il se construit. Cependant, il existe une dimension sémiotique propre à l'utilisateur sans laquelle il est impossible de créer cet état. Le casque est un obstacle par son aspect matériel, les limites techniques sont flagrantes, pourtant l'utilisateur négocie le réel proposé par la réalité virtuelle, pour profiter de son expérience, sous un fond de *je sais bien mais quand même*<sup>78</sup>.

Dans cette dernière sous partie, nous allons tenter de démontrer que l'écran d'accueil est le foyer de l'expérience de réalité virtuelle. Nous entendons « foyer » dans le sens « à partir duquel » commence l'expérience. Nous baserons notre réflexion sur des concepts théoriques pour dépasser les discours d'escorte et penser l'écran d'accueil comme un espace culturellement et socialement construit qui énonce le sens du texte (au sens large) et anticipe le corps (la posture) dans son processus de communication.

---

<sup>78</sup> Yves Jeanneret *Critique de la trivialité: les médiations de la communication, enjeu de pouvoir* Editions non standard, 2014, p 239

## 1) Image et génétique textuelle : l'écran d'accueil agrégateur d'énonciation éditorial

La réalité virtuelle est à la fois la technique et la finalité. Pour être actualisée, elle nécessite le passage par les sens de l'utilisateur, comme un écrivain noircissant des pages qui sera ensuite lu par un lecteur. « La consécration de l'écriture n'équivaut pas à l'actualisation de la lecture »<sup>79</sup> pour reprendre Emmanuel Souchier dans *Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale*. Il existe une « métamorphose entre une face imaginaire [...] et un volume aux pages distincte »<sup>80</sup>. Ce phénomène est tout aussi pertinent pour l'actualisation du réel proposé par la réalité virtuelle. L'écran d'accueil est le point de passage entre le monde réel et la réalité virtuelle, c'est le moment d'actualisation de l'écrit d'écran, ou l'utilisateur lit la réalité virtuelle. Il porte en lui le texte (au sens large, que nous avons longuement analysé durant ce mémoire), mais aussi, et inexorablement, l'image du texte. « Ce qui est transmis est inséparable des formes des manières et des conditions concrètes de sa transmission »<sup>81</sup>.

Les contenus de réalité virtuelle donnent à voir une génétique textuelle, c'est-à-dire les conditions de production de ces mêmes contenus, autrement appelé énonciation éditoriale. L'énonciation éditoriale trouve sa première définition dans la diffusion de l'écriture : « l'empreinte laissée par chaque corps de métier intervenant dans l'élaboration, la production, la circulation, la réception... du texte, cet ensemble de "marques" sémiotiques révélant sa véritable nature à travers sa pluralité "énonciative" »<sup>82</sup>. Ce que nous intéresse avant tout, c'est la dimension visuelle de l'énonciation éditoriale. En prenant l'exemple classique du livre, l'énonciation éditoriale se retrouve sur la couverture : le titre de l'ouvrage, le nom de l'auteur en premier lieu, puis viens l'éditeur et la collection... en ouvrant le livre peut être verrons-nous des remerciements, des dédicaces à ceux qui ont participé à l'écriture ?

---

<sup>79</sup> Emmanuel Souchier « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale » Communication et langages, 2007, Volume 154, Numéro 1 pp. 23

<sup>80</sup> Ibid

<sup>81</sup> Tzvetan Todorov, Mikhaïl Bakhtine. *Le principe dialogique*, op. citation p. 87.

<sup>82</sup> Emmanuel Souchier « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale » Communication et langages, 2007, Volume 154, Numéro 1 pp. 26

Le texte même est rattaché à la ligne éditoriale de l'éditeur (à moins qu'il s'agisse d'un ouvrage indépendant). A la fin du livre, les marqueurs éditoriaux sont toujours présents avec le nom de l'imprimeur, l'année d'impression et l'année d'édition. Le texte n'est pas seul, il s'accompagne d'une énonciation éditoriale qui donne à voir ses conditions d'existence. Il est intéressant de noter que les « liseuses » ou « e book » comme l'Amazon Kindle Paperwhite donnent aussi à voir des marqueurs éditoriaux, à la fois matériellement (le logo est gravé sur le dos du dispositif) et dans l'écrit d'écran (écran de chargement avec le logo Kindle<sup>83</sup>, titre de l'ouvrage et nom l'auteur dans le choix des contenus<sup>84</sup>). A l'inverse du livre dont le contenu est indivisible de sa matérialité, la liseuse est un unique dispositif donnant accès à des milliers d'ouvrages. L'énonciation éditoriale est complexe mais ce sont les marqueurs éditoriaux du Kindle qui dominent.

Les casques de réalité virtuelle répondent à la même logique que le Kindle Paperwhite. Premièrement, ils sont porteurs d'une énonciation éditoriale par leur matérialité même. La marque « Oculus » apparaît sur le casque, les accessoires de captation de mouvement porte également le nom de la marque (Oculus Touch). Il est en de même pour HTC Vive qui porte le nom de la marque mère (HTC) et son propre nom (Vive) sur le casque. Daydream est porteur d'un double marquage éditorial dans sa matérialité : le casque Daydream porte le logo de Google sur le côté mais la création du contenu en réalité virtuelle change selon le téléphone utilisé. L'énonciation éditoriale change selon qu'il s'agisse d'un téléphone Pixel de Google, d'un Galaxy de Samsung ou d'un Huawei (liste non exhaustive) dont les logos sont souvent gravés au dos du dispositif.

La réalité virtuelle étant un écrit d'écran, l'énonciation éditoriale se prolonge dans l'écran d'accueil. Oculus Home, Vivehome donnent à voir leur propre logos, de manière cachée (le logo d'Oculus en motif sur un coussin et le logo de Vive dans la forme du couloir de Vivehome). L'écran d'accueil de Daydream n'affiche pas directement le logo de Google mais le fait de manière détournée : nous pouvons voir le logo de Google Play qui donne accès aux contenus de réalité virtuelle et les couleurs de l'environnement de Google Play rappellent celles de Google (vert, rouge,

---

<sup>83</sup> Voir Annexe écran de chargement Kindle

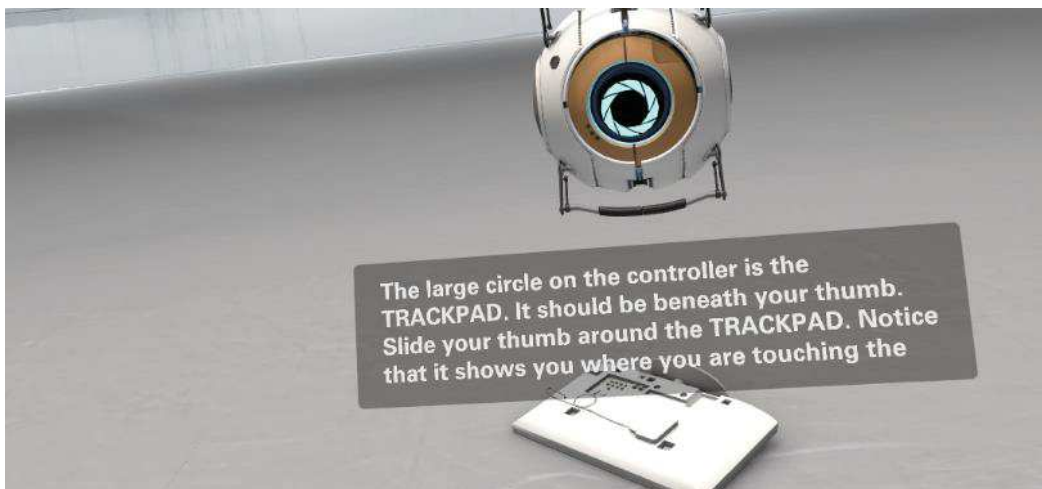
<sup>84</sup> Voir Annexe interface Kindle

bleu et jaune). A l'instar de Kindle Paperwhite, ce n'est qu'au moment d'acheter ou de lancer les applications que les marqueurs éditoriaux des studios ayant participé à la création du contenu de VR s'expriment.

Certains marqueurs éditoriaux sont encore plus subtils. En effet, sur l'écran d'accueil, nous pouvons accéder à un tutoriel. L'environnement de ce tutoriel est différent de celui de Vivehome mais reste dans les tons futuristes. Nous pouvons néanmoins remarquer que le robot présentant le tutoriel est un *Curiosity Core*<sup>85</sup>. *Curiosity Core* est un type de robot conçu par la compagnie fictive *Aperture Science*<sup>86</sup>, tiré du jeu *Portal*, lui-même édité par Steam, le catalogue de contenu d'HTC Vive.

En mettant en scène ce personnage, l'écran d'accueil affirme l'appartenance d'HTC Vive et ses contenus à Steam, et inversement. C'est un rapport dialogique entre les acteurs de l'écriture de la réalité virtuelle.

L'écran d'accueil est donc porteur de l'énonciation éditoriale de la même manière que l'ensemble des éléments d'un livre. C'est l'espace sémiotique qui agrège les marqueurs éditoriaux



*Le Curiosity Core pendant le tutoriel d'installation de HTC Vive  
(capture d'écran de ma propre session)*

---

<sup>85</sup> Voir Annexe Robot tutorial

<sup>86</sup> [https://theportalwiki.com/wiki/Curiosity\\_Core](https://theportalwiki.com/wiki/Curiosity_Core) (visité le 02/11/2017)



## 2) L'écran d'accueil comme figure instituante du processus de communication.

La théorie de l'énonciation éditoriale a évolué et s'est élargie. Avec l'apparition des écrits d'écran, les applications sont plus nombreuses. Olivier Aïm propose une reformulation conceptuelle : « S'il veut être élargi, le concept d'énonciation éditoriale doit alors assumer le fait qu'il renvoie moins à un « texte second » (Roland Barthes) qu'à la réalité d'une série d'énonciations premières et constitutives de ce média. »<sup>87</sup>. Selon Olivier Aïm, la sémiotique du texte est intimement liée au contexte de communication. Ainsi, l'énonciation éditoriale, par ses conditions d'écriture donne à voir en creux les modalités de lecture (au sens large, qui comprend aussi les modalités d'utilisation pour les médias informatisés).

Par exemple, la séquence introductive du cinéma Gaumont Pathé conditionne le spectateur dans sa condition de lecture : Animation en plein écran, lumières éteintes, sonorités panoramiques, surinvestissement du regard et de l'écoute dans un contexte silencieux.

Il en est de même pour les séquences introductives et interfaces des consoles de jeux vidéo. Toutes donnent à voir des environnements créés à partir de logiciels et de code. L'utilisateur peut interagir avec l'introduction (pour le cas de la Gamecube) et l'interface en utilisant la manette. Les boutons et le « stick directionnel » sont communs à toutes les consoles et sont la principale modalité de lecture et d'utilisation du dispositif, dans l'écran d'accueil puis dans tous ses contenus – sauf exception du Kinect uniquement les gestes.

En suivant cette généalogie, les écrans d'accueil des casques de réalité virtuelle sont également instituants du processus de communication entre l'utilisateur et la technologie. Nous l'avons vu, les écrans d'accueil sont un mélange entre les jeux vidéo et les smartphones dans un environnement observable à 360°. L'interface est apposée à un environnement numérique. L'interaction avec le dispositif s'opère à travers une double matérialité. La première matérialité est celle des manettes, utilisées pour confirmer une action par les boutons. La deuxième matérialité est celle

---

<sup>87</sup> Emmanuel Souchier *Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale* Communication et langages, 2007, Volume 154, Numéro 1 pp. 31

du corps. Le corps de l'utilisateur est sollicité dans le processus de communication : pour l'observation de l'interface (l'utilisateur observe l'interface comme si il observait un environnement réel), la sélection des contenus (l'utilisateur tient des manettes dans les mains et il pointe avec ses mains le contenu souhaité) et pour le déplacement de l'interface (dans le cas de Vivehome l'utilisateur peut déplacer son corps dans l'écran d'accueil en se déplaçant dans l'espace réel).

Ainsi, l'écran d'accueil conditionne l'utilisateur à son processus de communication pour mieux appréhender le dispositif de réalité virtuelle. Pour reprendre les termes d'Etienne Candel, l'écran d'accueil agit comme un « premier repère topographique ». Il utilise ce terme pour parler d'un « portail internet », qui peut être aisément comparé à l'écran d'accueil : « L'utilisation de cette métaphore (du portail) dans le média Internet manifeste la séparation de deux mondes, deux univers, le portail opérant comme un premier repère topographique sur Internet pour un internaute qui quitte les espaces familiers, connus, du monde hors-ligne. »<sup>88</sup>. Le portail Internet est à bien des égards semblable à l'écran d'accueil de la réalité virtuelle.

Au-delà de ses fonctions d'organisation de contenu, l'écran d'accueil, au même titre que le portail donne à voir les repères nécessaires à l'appréhension de l'univers sémiotique du dispositif. « La position fonctionnelle du portail à l'entrée du Web et la relation qu'il construit avec le lecteur, tendent à le caractériser comme un lieu qui n'en est pas un à proprement parler : lieu de passage, seuil, porte, il n'a pas pour vocation de s'ériger en « site » à part entière. »<sup>89</sup>. Le portail est probablement plus dynamique dans sa sémantique que l'écran d'accueil – la fameuse « home ». Dans les deux cas, ces espaces s'inscrivent dans les pratiques introductives, ils occupent une fonction d'« ouverture » à un espace, que Viveport s'efforce de formaliser merveilleusement avec un imaginaire de la station spatiale et du port.

En somme, l'écran d'accueil est un seuil entre le monde « réel » au monde « virtuel » et récréé en abyme les conditions d'entrée du lecteur dans le territoire de la réalité virtuelle : appropriation du dispositif technique, postures de navigation et imaginaires de la médiation.

---

<sup>88</sup> Etienne Candel, *L'imaginaire du « portail » : le cas de Rezo.net*, Communication et langages, 2005, Volume 146, Numéro 1, page 21

<sup>89</sup> Ibid

### 3) L'écran d'accueil comme « fantasmagorie »

Nous allons maintenant prendre du recul sur l'objet écran d'accueil pour remonter à la source de la réception. Si l'écran d'accueil est le foyer de l'expérience de réalité virtuelle, le corps est le foyer de tout processus de communication. Cette réflexion n'est pas nouvelle: « Chez Merleau-Ponty (Merleau-Ponty, 1945), le corps est pensé comme un a priori pour toute expérience du monde, dans le sens où il est envisagé comme une structure, composée d'éléments hétéroclites mais participant du même système, structurant le monde dont dépend toute expérience et connaissance du monde. Le corps est toujours déjà-là »<sup>90</sup>. Le corps actualise des situations de communication en étant le receveur sensoriel du dispositif : « L'analyse d'un « archéo-média » comme l'exposition par Davallon (Davallon, 1999) montre qu'est pensée en amont de l'actualisation même des situations de communication la place du corps au sein du dispositif — le « visiteur modèle »<sup>91</sup>.

Le terme « visiteur modèle » peut être mis à jour dans les médias informatisés par « utilisateur modèle ». Les industriels des écrits d'écran pensent la posture de l'utilisateur en amont et présentent dans leur discours un corps fantasmé qui reproduit des gestes devenant sémiotiques, jusqu'à un « fétichisme de l'usage »<sup>92</sup> (glissement d'un doigt sur une tablette, tendre le bras pour prendre un « selfie »). Les industries de contenus sont matériellement liées aux industries technologiques, et par voie de conséquence, au corps. Ainsi, les dispositifs créent progressivement des « scénographies du geste qui contribuent à la création d'un être culturel particulier, [...], l'outil œuvre »<sup>93</sup>. Dans le cas de la réalité virtuelle, le corps est déjà scénographié, sémiotisé et fantasmé dans un environnement virtuel. Par exemple, pendant l'installation de Oculus Rift, l'utilisateur est invité à tendre les bras vers la lumière pour « entrer dans le Rift » (et par la suite Oculus Home)<sup>94</sup>. Pour HTC Vive, l'utilisateur doit « entrer » dans le logo de Viveport pour accéder à cette section.

---

<sup>90</sup> Pauline Chasseray-Peraldi - Yves Jeanneret *Partout et nulle part. Le corps in absentia des dispositifs épiphoniques*, Celsa Université Paris-Sorbonne p 7

<sup>91</sup> Ibid

<sup>92</sup> Yves Jeanneret *Critique de la trivialité: les médiations de la communication, enjeu de pouvoir* Editions non standard, 2014, p 238

<sup>93</sup> Ibid

<sup>94</sup> Voir Annexe11

Le corps entier est sollicité dans les fonctionnalités de l'écran d'accueil. La technologie optique et haptique donne une présence physique à l'utilisateur et efface progressivement les frontières entre ce qui tient du dispositif et ce que tiens de la matérialité de l'utilisateur. Nous empruntons à Julia Bonaccorsi le terme « fantasmagorie » pour désigner ce phénomène propre aux médias informatisés. Les fantasmagories sont des « illusions imagées [...] participant à redéfinir les modalités de l'écrit à travers les migrations de motifs des représentations visuelles de la réception »<sup>95</sup> Les fantasmagories sont « artefactuelles, illusionnistes et masquent l'appareillage »<sup>96</sup>. L'écran d'accueil des casques de réalité virtuelle s'inscrit dans cette démarche : pour favoriser l'état de croyance de l'utilisateur, l'appareillage doit s'effacer et c'est à travers l'écran d'accueil que s'opère en premier lieu la fantasmagorie de la réalité virtuelle.

Nous tentons de prendre du recul par rapport des discours d'intuitivité et d'interactivité en mettant le corps au centre de la réflexion : « Les acteurs industrialisent massivement des traces qui ressurent de manière instrumentale dans les formes du dispositif, participant à la narration du média comme espace commun vécu »<sup>97</sup>. En faisant oublier l'outil et en traçant le corps, l'écran d'accueil devient un espace commun à l'utilisateur et à la sémiotique du dispositif.

L'écran d'accueil peut être alors considéré, pour reprendre les termes de Yves Jeanneret, comme une « scène sociale imaginaire dans laquelle les relations entre les usagers et la communication seraient redéfini à la jointure entre une réquisition, une figuration et un programme. »<sup>98</sup>

La relation communicationnelle avec le dispositif de réalité virtuelle est fantasmagorie dans un monde où triomphe le « *Je sais bien mais quand même* ».

---

<sup>95</sup> Julia Bonaccorsi. *Fantasmagories de l'écran : Pour une approche visuelle de la textualité numérique*. Sciences de l'information et de la communication. Celsa - Université Paris Sorbonne, 2012 p 20

<sup>96</sup> Ibid

<sup>97</sup> Pauline Chasseray-Peraldi - Yves Jeanneret *Partout et nulle part. Le corps in absentia des dispositifs épiphoniques*, Celsa Université Paris-Sorbonne p 16

<sup>98</sup> Yves Jeanneret *Critique de la trivialité: les médiations de la communication, enjeu de pouvoir* Editions non standard, 2014, p 240

## Conclusion

Au terme de cette dernière partie, nous comprenons que les écrans d'accueil – qui rappelons le, représentent l'ensemble des pratiques introductives et des interfaces – sont un objet d'étude plus complexe que d'apparence. Au regard des sciences de l'information et de la communication, nous dépassons ce qui est observable pour penser l'écran d'accueil comme une pratique médiatique s'inscrivant dans une temporalité. L'écran d'accueil est un construit culturel et social. Un degré de réflexion supplémentaire nous a amené à théoriser l'écran d'accueil comme la génétique de l'expérience de réalité virtuelle, autant par ses conditions de création que par ses conditions de lecture. Enfin, nous avons administré un concept à l'écran d'accueil, celui de « fantasmagorie », opérant l'effacement du dispositif au profit de la sémiotique de l'écrit d'écran.

Tous ces niveaux de réflexion nous ont amené à déconstruire un objet qui à l'origine est justement pensé pour être oublié par l'utilisateur. L'écran d'accueil s'inscrit dans une pratique médiatique sur le temps long, par conséquent est devenu *infra ordinaire*. Or, c'est bien là la finalité de ce mémoire : questionner l'évidence. L'évidence n'est visible qu'au moment où elle est défectueuse. Plus l'objet est évident, plus il est fondamental. Dans le cas de ce mémoire, nous avons postulé que l'écran d'accueil était fondamental à l'expérience de réalité virtuelle dans la mesure où il formalise le passage entre la vie réel et le monde virtuel. Les écrans d'accueil peuvent être conçus comme des points de repère, ou autrement dit comme des « contenus singuliers par leur contenus métadiscursifs et synthétiques »<sup>99</sup>. Ils sont le seuil de l'expérience, ils n'ont pas pour fonction d'être une fin en soi mais un point de départ vers le contenu.

Pour répondre à notre problématique, les écrans d'accueil opèrent des médiations, au minimum par nécessité technique. C'est le premier niveau d'observation, celui des conditions de réception et des interfaces. L'utilisateur doit porter le casque à ses yeux et ses oreilles, pour faire le noir et le silence au même titre que l'extinction des

---

<sup>99</sup> Etienne Candel, *L'imaginaire du « portail » : le cas de Rezo.net*, Communication et langages, 2005, Volume 146, Numéro 1, page 23

lumières au cinéma. Dans l'imaginaire, c'est déjà une pratique introductive. Ensuite vient les interfaces, propres aux médias informatisées, observées d'un point de vue purement ergonomique. Ces interfaces sont nécessaires dans le cas d'une expérience de VR en autonomie. Elles permettent à l'utilisateur d'agir sur l'écran et choisir son propre parcours qui l'acheminera vers un contenu, ce qu'il est venu chercher initialement. L'interface est la médiation minimum par son organisation : la sélection (doxa, idéologie assumée des contenus) la hiérarchisation (compétence éditoriale, autorité, compétence) et la présentation (relation logique entre le signe passeur et la cible du lien)<sup>100</sup>.

Les environnements graphiques et sonores observables sont le deuxième niveau de médiation, celui du discours d'escorte. L'écran d'accueil agit comme une vitrine des discours marchands basés sur l'immersion. La réalité virtuelle se dit révolutionnaire par son expérience immersive. C'est pourquoi les écrans d'accueil, qui parlent au nom du dispositif, donnent à voir l'immersion, chacun la représentant selon son discours d'escorte. Contrairement aux consoles de jeu vidéo qui ont progressivement standardisé leur écran d'accueil, la réalité virtuelle est encore peu démocratisée et jouit encore d'une dimension spectaculaire. Les écrans d'accueil sont un moyen de se distinguer par rapport aux autres technologies. Ainsi, les constructeurs n'hésitent pas à densifier les éléments graphiques, sonores et interactifs de leur écran d'accueil afin donner un effet spectaculaire à l'utilisateur au moment du premier contact avec un dispositif qui promet l'immersion.

Enfin, le dernier niveau de médiation est plus profond et plus théorique. Il s'inscrit dans une pratique médiatique construite dans le temps. L'écran d'accueil porte la responsabilité de l'énonciation éditoriale et des repères topographiques pour accompagner au mieux l'utilisateur dans son univers sémiotique.

En somme, ce niveau de réflexion théorique replace les écrans d'accueil et plus largement la réalité virtuelle dans un prolongement des pratiques médiatiques. L'introduction aux contenus est ancienne, pour tout média et toute technologie (l'électricité était accompagnée à l'époque pour prescrire les usages). La réalité virtuelle emprunte autant aux médias informatisés qu'aux dispositifs plus anciens

---

<sup>100</sup> Ibid p 24



comme le livre, le théâtre et le cinéma. Ainsi, cette technologie prétendue immersive est, une fois déconstruite, une concaténation de dispositifs optiques, haptiques et sonores et donnant à voir une sémiotique à l'héritage séculaire.

Nous pouvons désormais confirmer nos trois hypothèses. Les écrans d'accueil s'expriment à travers trois dimensions (ergonomique, économique et généalogique) qui ne s'opposent pas mais coexistent entre elles. Les écrans d'accueil opèrent des médiations au niveau techno sémiotique, sémio pragmatique et socio sémiotique, toutes interdépendantes et qui en font le seuil de l'expérience, le lieu à partir duquel commence la réalité virtuelle.

La complexité de l'objet d'étude réside dans le fait qu'il est constamment mis à jour, la technologie évolue et s'itère selon les retours de l'expérience utilisateur. En début d'année 2018, Facebook lancera Oculus Go, un casque de réalité virtuelle portable à la frontière entre la VR par les smartphones et la VR sur ordinateur (et donc forcément statique)<sup>101</sup>. Au-delà d'une matérialité moins encombrante, l'écran d'accueil changera d'Oculus Home : tous les menus et fonctionnalités seront réunis dans un seul « Metavers », contrôlable et personnalisable. Nous remarquons la volonté de faire disparaître l'interface « classique » (tableau de bord apposé à un environnement en 3D) pour un écran d'accueil plus complexe. A l'instar de Vivehome ou l'utilisateur peut accéder à Viveport en « entrant » corporellement dedans, l'utilisateur devra manipuler des applications et les menus comme des objets. Ce type d'écran d'accueil le consolide en tant que seuil de l'expérience et également comme « fantasmagorie », ou les fonctionnalités s'intègrent complètement au corps.

Ainsi, les recommandations professionnelles que nous pouvons avancer concernent surtout les séquences introductives des écrans d'accueil. En effet, si les écrans d'accueil sont relativement élaborés, le moment où l'utilisateur porte le casque à ses yeux et l'écran d'accueil apparaît est encore brut et frictionnel. Pour le cas de Google Daydream, l'application sur le téléphone indique comment poser le téléphone sur le casque. Une fois le téléphone posé, l'écran se sépare en deux et l'utilisateur peut voir directement le contenu à travers le casque. Pour Oculus et HTC Vive, c'est encore plus complexe car tout se configure depuis un ordinateur. Il faut cliquer sur la

---

<sup>101</sup> <https://gizmodo.com/oculus-go-the-200-standalone-headset-vr-needs-1819364856> (consulté le 02/11/2017)

miniature du logiciel, configurer les paramètres puis enfin porter le casque aux yeux pour arriver directement sur l'écran d'accueil. Finalement, la séquence introductive de ces trois casques se produit sur ordinateur ou sur smartphone et non pas sur le casque. Nous pourrions recommander d'utiliser les capteurs du casque pour identifier le moment où l'utilisateur le porte à ses yeux. Pendant ce moment précis, une courte animation pourrait apparaître pour donner l'impression d'accéder à l'écran d'accueil. Oculus utilise cette animation dans son tutoriel mais ne le réutilise plus ensuite<sup>102</sup>. HTC Vive, pourrait également exploiter sa vidéo de présentation<sup>103</sup> et reprendre le principe d'entrer dans le logo qui nous amène à Vivehome. Au minimum un écran présentant le logo du dispositif pour introduire à l'écran d'accueil. Ces recommandations s'inscrivent dans le contexte d'une réalité virtuelle encore naissante et spectaculaire. Avec le temps, l'introduction aux contenus se fera probablement plus discrète avec l'effacement total d'interface.

En guise d'ouverture, nous pouvons nous demander à quoi ressembleront les futurs écrans d'accueil ? La meilleure interface est l'absence d'interface, celle qui s'intègre dans notre corps. Les assistants personnels comme Amazon Echo ou Google Home sont d'autres exemples de « fantasmagorie » dans la mesure où l'interactivité homme machine se fait par la voix, rendant inutile toute interface visuelle. Les technologies à prétention immersive pourront-elle l'être au point de nous faire confondre plusieurs niveaux de réalité ? Toujours plus près de notre corps, leur univers sémiotique fera peut-être partie du notre. Une fois ce niveau d'intégration atteint, aura-t-on toujours besoin d'écran d'accueil pour nous rappeler leur existence ?

---

<sup>102</sup> Voir Annexe 11

<sup>103</sup> Vidéo de présentation de HTC Vive

[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=10&v=o5xrMfHNtmU](https://www.youtube.com/watch?time_continue=10&v=o5xrMfHNtmU) (consulté le 02/11/2017)

## Bibliographie

Julia Bonaccorsi. *Fantasmagories de l'écran : Pour une approche visuelle de la textualité numérique*. Sciences de l'information et de la communication. Celsa - Université Paris Sorbonne, 2012

Daniel Bougnoux *Introduction aux sciences de l'information et de la communication*. La Découverte, 2001

Jean-Jacques Boutaud, *Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible*, Semen, 2007

Jean Davallon (dir.), *L'économie des écritures sur le web, volume 1 : Traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*, Hermès-Lavoisier, 2012

Thomas Flasson *Histoire de la simulation virtuelle : simulateurs, jeu vidéo, réalité virtuelle*. Université Paris Sorbonne, 2016

Philippe Fuchs, *Traité de réalité virtuelle*, Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris, 1996

Yves Jeanneret *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Editions Non Standard, 2014

Emmanuel Souchier, *L'écriture électronique : la rupture sémiotique*, Journées d'étude Design... graphique ?, École Régionale des Beaux-Arts de Valence, novembre 2000.

Mathieu Triclot, *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, Zones, 2011

Boris Beade, *Les jeux vidéo comme espaces de médiation ludique*, in *Espace et Temps du jeu vidéo*, dir. Samuel Rufat et Hovig Ter Minassian, L>P Questions théoriques, 2014

Denis Berthier, *L'intentionnalité et le virtuel*, dans la revue *Intellectica* n°40. Association ARCo, 2005.

Philippe Bonfils, *Immersion et environnements numériques : une approche méthodologique par l'expérience vécue*, *Questions de communication*, 27, 2015, pages 261-277.

Philippe Breton, *Que faut-il entendre par discours d'accompagnement des nouvelles technologies ?*, Les dossiers de l'audiovisuel, n° 103, 2002

Etienne Candel, *L'imaginaire du « portail » : le cas de Rezo.net*, *Communication et langages*, 2005, Volume 146, Numéro 1, page 21

Pauline Chasseray-Peraldi - Yves Jeanneret *Partout et nulle part. Le corps in absentia des dispositifs épihaniques*, Celsa - Université Paris Sorbonne, 2017

## Webographie (consultés le 02/11/2017)

<https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/invention.html>

<http://www.realite-virtuelle.com/2017-realite-virtuelle-predictions-2712>

[http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/02/28/premier-bilan-en-demi-teinte-pour-le-casque-de-realite-virtuelle-de-sony-le-ps-vr\\_5086761\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/02/28/premier-bilan-en-demi-teinte-pour-le-casque-de-realite-virtuelle-de-sony-le-ps-vr_5086761_4408996.html)

[https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9taphysique\\_\(Aristote\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9taphysique_(Aristote))

<http://www.lesnumeriques.com/casque-realite-virtuelle/millions-casques-vr-pourraient-etre-vendus-en-2016-n50747.html>

<http://www.realite-virtuelle.com/ces-2017-recapitulatif-annonces-vr-lar>

[http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/02/22/une-photo-de-mark-zuckerberg-ravive-la-peur-de-la-realite-virtuelle\\_4869605\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/02/22/une-photo-de-mark-zuckerberg-ravive-la-peur-de-la-realite-virtuelle_4869605_4408996.html)

<https://techcrunch.com/2017/10/10/zuckerberg-apologizes-for-his-tone-deaf-vr-cartoon-tour-of-puerto-rico-devastation/>

[https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cran\\_d%27accueil](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cran_d%27accueil)

<http://www.realite-virtuelle.com/oculus-rift-vs-htc-roomscale>

<https://www.gamekult.com/actualite/htc-vive-lance-l-abonnement-viveport-3050794329.html>

<https://www.littre.org/definition/immersion>

<http://www.androidauthority.com/google-says-11-daydream-compatible-phones-will-sale-end-2017-789643/>

<https://vr.google.com/cardboard/>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.vr.home>

[http://www.tourmag.com/La-realite-virtuelle-se-deploie-dans-le-tourisme\\_a87863.html](http://www.tourmag.com/La-realite-virtuelle-se-deploie-dans-le-tourisme_a87863.html)

<https://www.oculus.com/rift/>

<https://www.vive.com/fr>

<https://www.playstation.com/fr-fr/explore/playstation-vr/>

<https://vr.google.com/daydream/>

<https://www.sessions.edu/notes-on-design/whats-the-deal-with-low-poly-art/>

<https://www.blog.google/products/google-vr/bringing-within-webvr/>

<https://vr.with.in/>

<http://www.telarama.fr/scenes/au-theatre-bientot-de-la-pub-en-lever-de-rideau,160751.php>

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Po%C3%A9tique\\_\(Aristote\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Po%C3%A9tique_(Aristote))

<http://philophil.com/philosophie/representation/Textes%20clefs/Condamnation%20Theatre%20Platon.htm>

[https://theportalwiki.com/wiki/Curiosity\\_Core](https://theportalwiki.com/wiki/Curiosity_Core)

## Vidéographie (consultées le 02/11/2017)

[https://www.youtube.com/watch?v=dr\\_04PCSDWE](https://www.youtube.com/watch?v=dr_04PCSDWE)

[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=10&v=o5xrMfHNtmU](https://www.youtube.com/watch?time_continue=10&v=o5xrMfHNtmU)

<https://www.youtube.com/watch?v=QFbUArgV49k>

<https://www.youtube.com/watch?v=TMBzWTKd8bo>

<https://www.youtube.com/watch?v=a3pHGFoUBvg>

[https://www.youtube.com/watch?v=Jnoatql\\_93l](https://www.youtube.com/watch?v=Jnoatql_93l)

<https://www.youtube.com/watch?v=ekqYhP8PhMg>

[https://www.youtube.com/watch?v=kGYIs7T\\_8Yk](https://www.youtube.com/watch?v=kGYIs7T_8Yk)

<https://www.youtube.com/watch?v=guGkqS0R2FU>

<https://www.youtube.com/watch?v=ctYQ08gxkqA>

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

<https://www.youtube.com/watch?v=fEfk2RCQLoE>

## Annexes

### Annexe 1 : Mark Zuckerberg au MWC 2016





## Annexe 2 : structure de l'interface d'Oculus Rift

### Oculus Home

Tutoriel  
et store  
d'application

Applications  
utilisées  
récemment

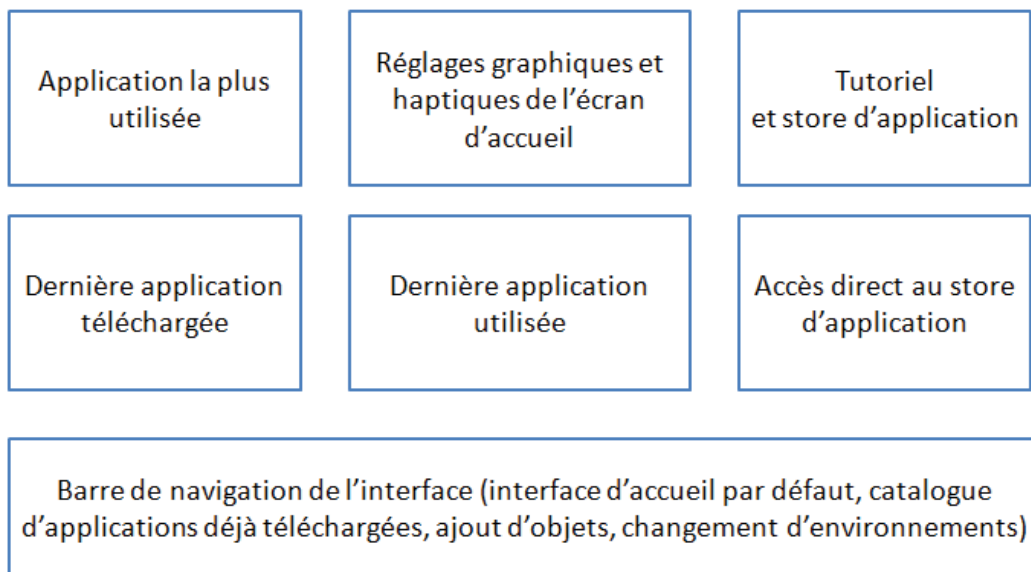
Explorer :  
Ensemble des  
expériences disponibles,  
payantes ou non

Fonctionnalités  
sociales (chat,  
téléphone, contacts)

Barre de navigation de l'interface (interface d'accueil par défaut, catalogue d'applications déjà téléchargées, internet, événements, commande vocale, changement d'environnement, autres contenus de Samsung)

## Annexe 3 : structure de l'interface HTC Vive

### HTC Vive (Vivehome)

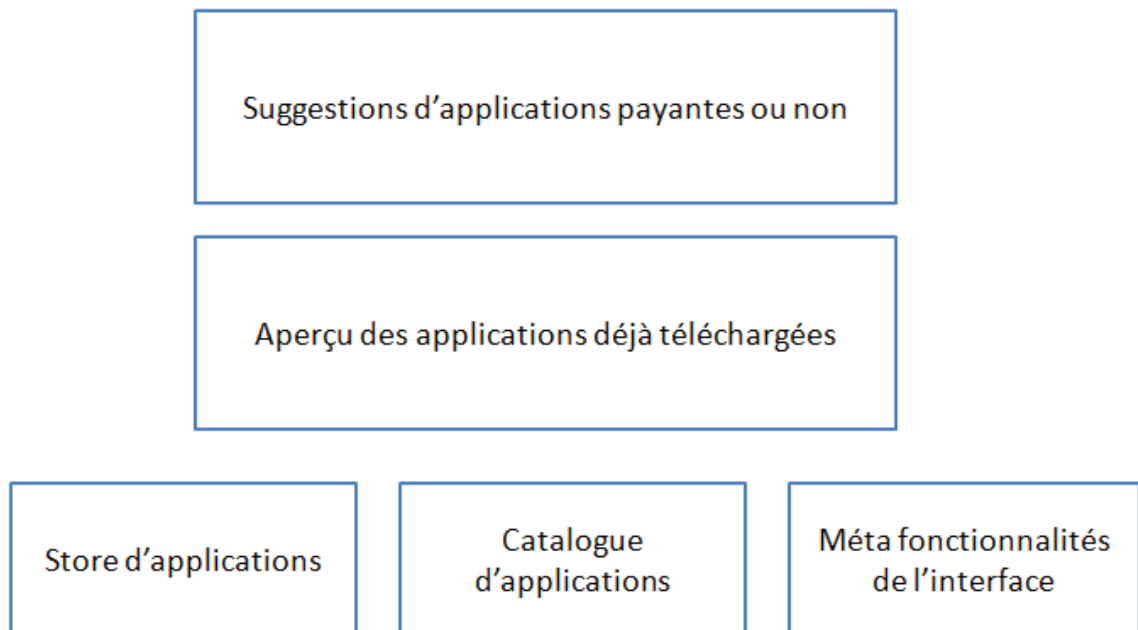


### HTC Vive (Viveport)

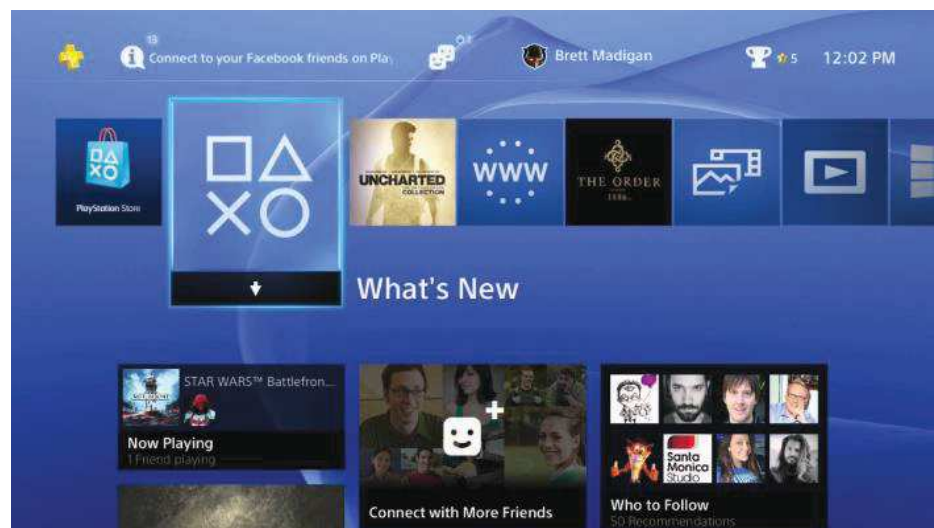
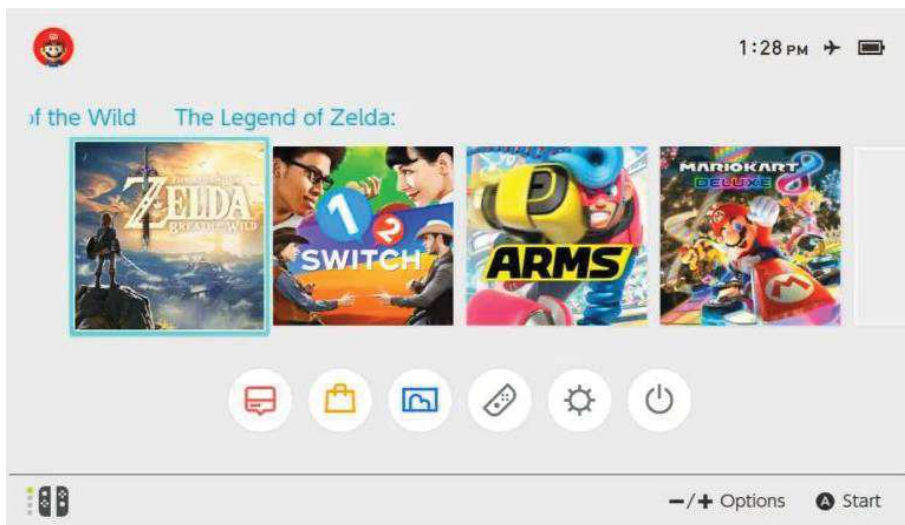


## Annexe 4 : structure de l'interface de Daydream

### Daydream



# Annexe 5 : interface Nintendo Switch, PS4 et Xbox One



## Annexe 6 : discours marchand de l'immersion dans un article de Konbini (un média généraliste), pour un test Oculus et dans une publicité Facebook

Konbini Channels ▾



PlayStation VR  
Live the game™

DISPONIBLE LE  
**13.10.2016**

JOIN THE FUTURE  
OF PLAY™

PlayStation VR

*Konbini et PlayStation VR repoussent les limites de la réalité et vous emmènent en immersion dans de nouveaux mondes dont vous êtes le héros.*



O / LIVE

We'll see you on the other side, Mathis



FNAC Paris Forum des Halles

Jan 20, 2017 — 11:30 AM

1/7 rue Pierre Lescot  
Paris,  
[Locate on map](#)

Manon DC, Antoine Gagnaire and 3 others like **Oculus.**

 **Oculus**  
SPONSORED •

Poids plume, immersion maximale. Plongez dans de nouveaux mondes avec Rift + Touch à 449€.



  
oculus  
rift + touch  
**€449**  
Durée limitée

**Plongez dans le Rift**  
Vivez l'impossible  
[oculus.com/rift](http://oculus.com/rift)

[LEARN MORE](#)

## Annexe 7 : occurrences de termes dans les sites internet

Termes		Dispositifs			
		PSVR	VIVE	Oculus	Daydream
Occurrences	Expérience	10	6	8	5
	Immersif	6	5	2	2
	Monde	8	3	2	1
	Virtuel	5	3	1	1
	Plonger	2	1	1	1
	Voyage	1	3	2	0
	Intuitif	0	1	1	0
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	

**81**



## Annexe 8 : représentations de l'utilisateur immergé dans HTC Vive et Oculus

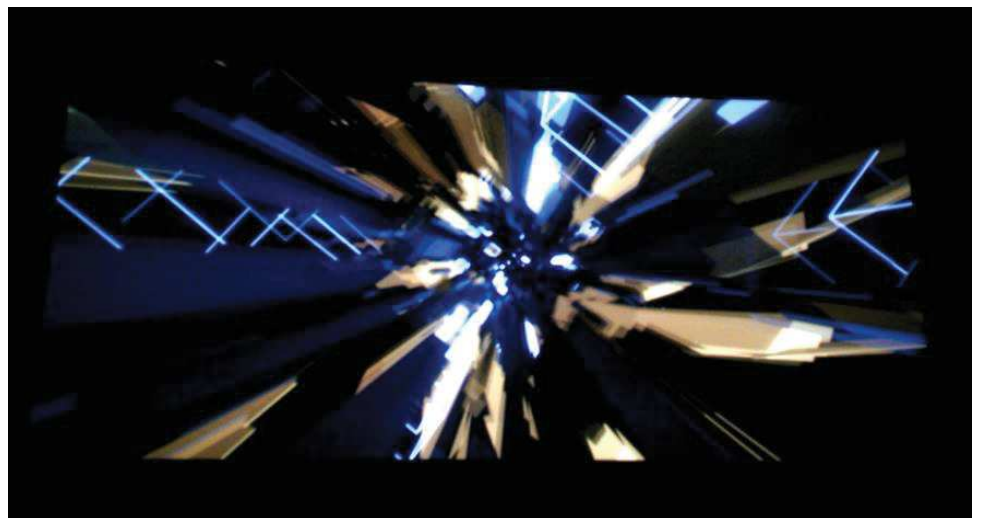
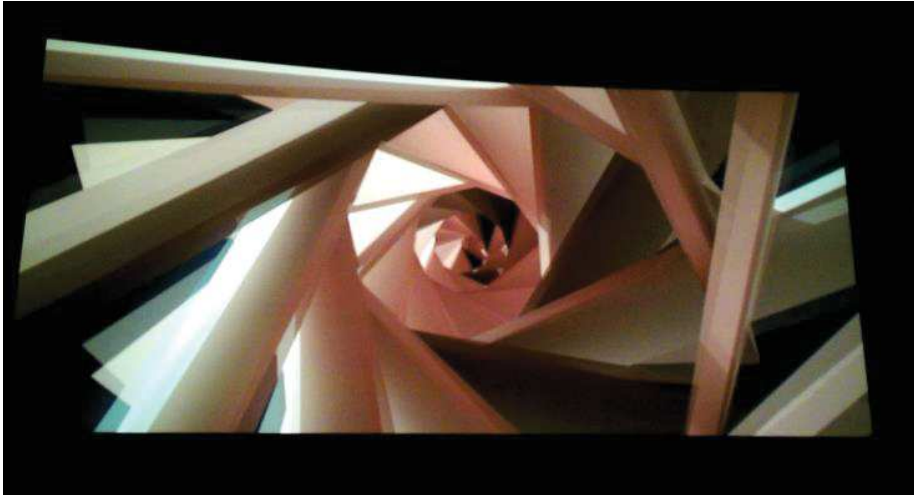


### La magie de la présence

La technologie d'affichage avancée du Rift associée au système de suivi à faible latence Constellation créent la sensation de présence : cette sensation d'y être. La magie de la présence change tout. Rien ne vous a jamais préparé à ce type d'immersion.

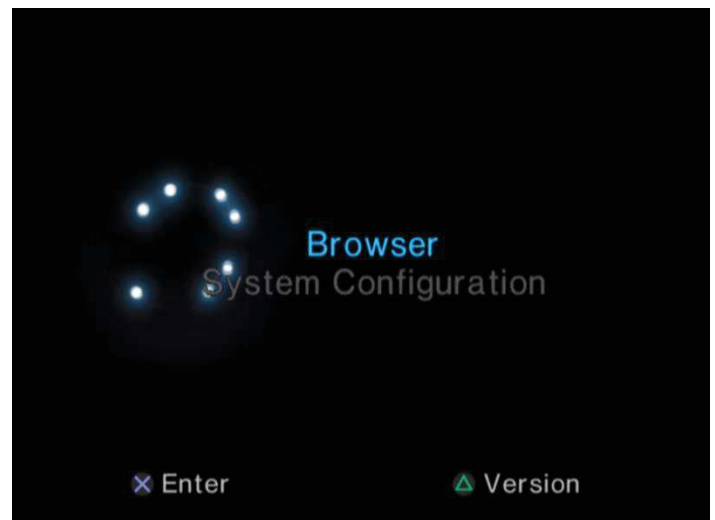
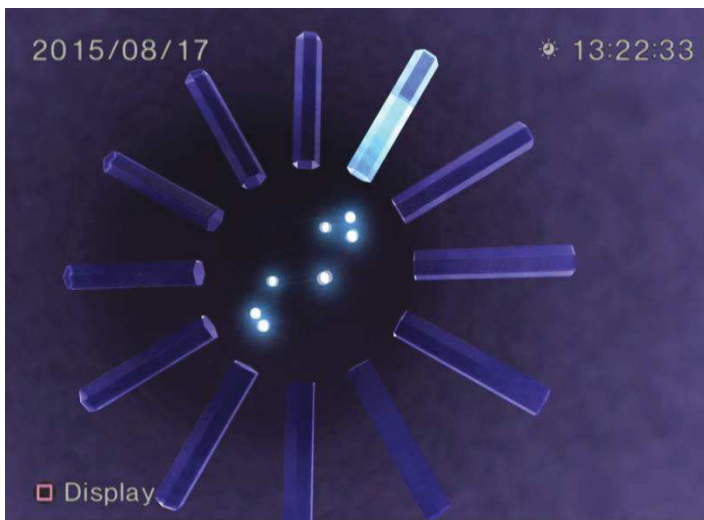


Annexe 9 : images de la séquence introductive des cinémas Gaumont Pathé



BONNE SÉANCE

# Annexe 10 : environnement graphique la Playstation 2 (séquence introductive et interface)



# Annexe 11 : écran de chargement et interface Kindle




Nathaniel's 11th Kindle 📶 🔋 11:52 AM


---

🏠 ⬅️ ⚙️ [g goodreads](#) [🛒 store](#) 🔍 Search ⋮


**MY LIBRARY >**

 **16%**

**Tales of the Time Scouts**  
Robert Asprin and Linda Evans

 **3%**

**Castaway Planet**  
Eric Flint and...

 **0%**

**Mars, Inc.: The...**  
Ben Bova

**MY READING LISTS >**

- Lash-Up*  
Larry Bond

---

- ATLAS 2 (ATLAS Series)*  
Isaac Hooke






---

- The Diamond Bearers' Destiny (The Unaltere...*  
Lorena Angell


---

- [+6 MORE](#)

**RECOMMENDED FOR YOU >**



---



**25% off**  
Premium Leather Cover  
for Kindle Paperwhite

[Get details](#)

## Annexe 12 : séquence introductive d'Oculus Rift à la fin du tutorial

