

Méthodes visuelles Pour comprendre les usages et les expériences, traverser l'écran

Visual methods

To understand uses and emotions, cross the screen

Ghislaine Chabert – Université Savoie Mont Blanc – ghislaine.chabert@univ-smb.fr

Résumé :

Le sujet de cet article présente une recherche en communication qui porte sur les affects et les émotions autour du numérique. Il sera question, à partir d'un corpus d'expérimentations de projets en réalité augmentée et en réalité virtuelle, d'ouvrir la discussion sur les apports des méthodes visuelles pour rendre visible -et sensible- cette expérience émotionnelle spécifique corrélée à l'immersion dans les espaces et les images numériques. L'objectif final étant d'expérimenter et de discuter le principe d'une méthodologie visuelle d'observation qui, par réflexivité, "colle" au dispositif lui-même, en traversant l'écran pour entrer dans celui de la VR.

Mots clefs : communication ; usages ; émotions ; immersion ; réalité virtuelle ; VR methods

Abstract:

This article presents a research in communication that focuses on the affects and emotions around digital. Based on a body of experimentations with augmented and virtual reality projects, we will discuss the contributions of visual methods to make this specific emotional experiences linked to digital immersion more visible and 'sensitive'. The final aim of the research is to experiment and discuss the principle of a visual observation methodology that, through reflexivity, 'sticks' to the device itself, crossing the screen to enter into the VR.

Keys words: communication ; uses ; emotions ; immersion ; virtual reality ; VR methods

1. Introduction

1826 ou 1827 ? Nicéphore Niepce obtient, suite à une longue série d'expérimentations, la première photographie reconnue au monde. Cette photographie "*Point de vue du Gras*", montre la vue qu'il perçoit de la fenêtre de son atelier à Saint Loup de Varennes. L'image ayant, depuis, fait le tour du monde montre des bâtiments, des toitures, le ciel de la ville, des indices à peine visibles mais dont les formes sont reconnaissables à leurs jeux de lumières et de contrastes. La fenêtre est donc à l'origine de la naissance de la photographie, une photo du dehors prise du dedans.

On ne se doute sans doute pas alors du rôle que va jouer cet acte fondateur pour nos relations aux images et pour nos recherches à travers elles. Car en épousant les contours d'une fenêtre, d'un pré-écran, la photographie se définit depuis dans une perpétuelle navigation entre un dedans et un dehors, ce qui ouvre un champ infini à l'étude des sensorialités et des émotions qui y sont attachées. Le regard et le cadre proposés par l'image de Niepce nous amènent à mieux comprendre ce qu'on cherche ici. Pouvoir éprouver de multiples regards sur les usages des images et, par ce mouvement entre un dedans et un dehors, par la traversée, d'en comprendre toute la nature émotionnelle. La relation profondément émotionnelle aux dispositifs est en effet celle qu'on tente de saisir dans nos recherches sur les usages du digital. Par une mise en images de la recherche communicationnelle, et avec des méthodes visuelles adaptées aux différents contextes à l'étude, il devient possible de rendre visible dans leurs infimes détails "des formes reconnaissables" liées aux relations des individus aux écrans, aux actions collectives parmi les écrans, aux ambiances perçues, aux corps communiquant... Aussi après une mise au point sur les apports de l'anthropologie visuelle pour l'observation des registres émotionnels, notamment dans le digital, nous développerons le cas spécifique des émotions vécues en immersion dans des images de réalité virtuelle (VR, Virtual Reality). L'objectif final étant d'expérimenter et de discuter le principe d'une

méthodologie d'observation qui, par réflexivité, "colle" au dispositif lui-même, en traversant l'écran pour entrer dans celui de la VR.

2. Vers une anthropologie visuelle de l'expérience émotionnelle ?

2.1. A propos de l'expérience émotionnelle

Tout d'abord, de quels usages parlons-nous ? Dans nos recherches en sciences de l'information et de la communication (SIC), nous évoquons d'abord des usages en construction, en émergence, comme l'étaient jadis ceux des premiers spectateurs de la photographie de Niepce. Des usages en construction mais qui, en continuité et fidélité avec la sociologie des usages (De Certeau, 1980), insistent sur les filiations avec des pratiques précédentes (comme l'étaient celles d'autres pré-écrans, par exemple la peinture ou le paysage, pour le "*Point de vue du Gras*"). Ce sont des usages qui s'inscrivent dans tout un continuum médiatique et visuel dans notre cas. Par ailleurs, nous parlons d'usages en expérience, au sens phénoménologique où le pensent John Dewey (1934) ou encore Roland Barthes (1975), nous distinguant ainsi des approches sans doute trop mécaniques du *Thinking design*.

Car ce sont bien les affects et les émotions que l'on cherche à capter au détour des usages des dispositifs. Et d'émotions telles qu'elles sont "vécues" dans les différents contextes d'usages, à travers des expériences communicationnelles et numériques mises en images par les méthodes visuelles. Ce paradigme de l'émotion, suscitant certaines méfiances de la part d'une discipline de tradition critique et littéraire, a été pris en compte assez tardivement dans les SIC, mais l'approche nuancée qui y est développée permet de prendre du recul sur un éventuel storytelling de l'expérience et sur l'agilité dont certains se targuent pour cartographier les émotions. Dans la même veine, nous aspirons à une posture plus observationnelle et prudente vis-à-vis de l'oppression voire l'industrialisation des registres émotionnels (Chabert, 2016). Ainsi, nous nous situons en continuité avec les travaux en SIC qui portent sur l'émotion et les médias, en particulier le corps et les affects (Martin Juchat, 2007) ou encore

ceux qui tracent l'histoire des émotions et de leurs empreintes dans les changements sociétaux (Vigarello, 2018). Ces derniers nous conduisant à étudier les ruptures dans la société avant tout comme des changements de registres affectifs. Dès lors, il est concevable de comprendre les relations sociales comme des relations sensibles (Mons, 2013), où "le sens n'est pas séparable du sensible" (Merleau-Ponty, 1945). Ce positionnement pris, y-a-t-il des spécificités d'un régime émotionnel lié au digital ? Les technologies numériques permettent de combiner différents types de représentation et de modes sensoriels. Typiquement, des propriétés du son peuvent être mieux interprétées avec un accompagnement d'images animées (par les couleurs, les formes, les mouvances) et vice versa. Il est également possible de se laisser guider dans l'espace de l'écran en écoutant seulement les musiques et les sons. Il y a ainsi transfert d'une propriété sensorielle en une autre qu'on s'approprie dans cette recherche sur les écrans et les mondes sensoriels et séquentiels qu'ils incarnent.

Dans cette perspective, les méthodes visuelles semblent particulièrement utiles à la saisie des émotions de l'autre en communication et en immersion. Elles permettent de rendre visible, et sensible, les émotions de ceux que nous étudions dans leurs expériences d'altérité, d'empathie, de lien social et de sensorialités partagées. Ainsi, le corpus qu'on étudiera dans cette communication sera principalement celui des expériences de Réalité Virtuelle (nommée souvent VR). Notons que son usage est en émergence. Il est, pour le moment, itinérant, n'intègre pas encore les foyers et se place dans des lieux de "partage du sensible" (Rancière, 2000) :

"J'appelle partage du sensible ce système d'évidences sensibles qui donne à voir en même temps l'existence d'un commun et les découpages qui y définissent les places et les parts respectives (...) Cette répartition des parts et des places se fonde sur un partage des espaces, des temps et des formes d'activité qui détermine la manière même dont un commun se prête à participation et dont les uns et les autres ont part à ce partage (...) Le partage du sensible fait voir qui

peut avoir part au commun en fonction de ce qu'il fait et du lieu où il est. Avoir telle occupation en tel type de lieu définit des compétences ou des incompétences au commun"¹.

Comme pour le cinéma des premiers films des Lumières, en se cherchant un lieu, un espace où se situer, il se cherche un concept, un commun. Pour le comprendre, il faut se demander s'il existe un régime particulier de l'émotion en VR ? Et, méthodologiquement, une spécificité filmique ou visuelle qui prendrait en charge cette émotion ? Cela dans le but de tendre vers une anthropologie visuelle de l'expérience émotionnelle.

2.2 Quelles méthodes visuelles et digitales pour capter l'émotion ?

Capoter l'émotion dans une perspective communicationnelle ne peut être qu'un travail pluridisciplinaire. La phénoménologie de la perception (Merleau-Ponty, 1945) nous aide à penser l'usage, la réalité et la pensée sur l'activité. Elle est précieuse dans un contexte où la signification apparaît avec l'émotion. Le visible étant « ce que l'on saisit avec les yeux, le sensible ce qu'on saisit par les sens » (Merleau-Ponty, 1945: 13), c'est par une mise en images de la recherche communicationnelle avec des méthodes visuelles adaptées aux différents contextes à l'étude qu'on s'approche des registres sensibles et émotionnels. On s'inscrit d'abord dans une tradition liée à l'anthropologie de la communication (Winkin, 1996) avec observation des pratiques sur le terrain et en situation écologique, dans les contextes d'usages et d'expériences réels. On se situe aussi en continuité avec les méthodes dites de la "description ethnographique" (Laplantine, 1996) qui impliquent d'une part une immersion du chercheur dans la pratique et la culture étudiées, avec le groupe étudié ; Et qui cherchent d'autre part à restituer et retranscrire des effets de présence et la "réalité" observée en image. Cependant, nous avons choisi d'introduire la caméra pour filmer les expériences et les émotions. C'est pourquoi les travaux menés sur l'esthétique de l'image et du cinéma (Joly, 1994 ; Barthes, 1975) sont

¹ Disponible à l'adresse suivante, consultée le 30 novembre 2018 <http://www.multitudes.net/le-partage-du-sensible/>

également mobilisés sur l'analyse des effets de traces, de présences, d'attentions qu'on peut montrer, manifester, faire sentir à travers des images. Nous nous demandons par exemple comment c'est possible d'observer des émotions devant l'écran ? Comment rendre-compte d'une "réalité" émotionnelle ? A fortiori dans la réalité virtuelle lorsque l'écran disparaît ?

Pour y répondre quelques propositions artistiques ont été préalablement sources d'inspiration. Citons notamment le travail *Immersion* de l'artiste Robbie Cooper qui insiste sur la façon de filmer et de montrer les émotions devant l'écran², en mettant l'accent sur les gestuelles et les expressions du visage en tant que "phénomènes psycho-physiologiques" de l'émotion (Bernard, 2015). Ce travail reprend sans doute celui de Bill Viola, *Reverse Television, portraits of viewers, 1983-84*, qui montrait une série de 44 portraits de téléspectateurs, assis devant la caméra et regardant la télévision, dans toute leur intimité émotionnelle avec le petit écran³. Cette étude des visages à l'écran comme indices d'immersion émotionnelle a été utilisée à plusieurs reprises dans nos travaux de recherche, par exemple sur les usages de la visiocommunication (Chabert et Ibanez-Bueno, 2015) et des serious game⁴ (Chabert et Ibanez-Bueno, 2014). C'est le cas dans l'illustration suivante issue d'un mémoire de recherche dirigé où a été intégré un dispositif observationnel des visages et des expressions des joueurs durant une partie du jeu en ligne *League of Legends*.

² Visible sur <https://www.scienceandmediamuseum.org.uk/what-was-on/robbie-cooper-immersion/> / Dernière consultation le 30 novembre 2018

³ Visible sur <https://www.youtube.com/watch?v=4GrIN9m83zw> / Dernière consultation le 30 novembre 2018

⁴ Voir quelques exemples de ces recherches sur le site hypermédia, <http://www.seriousgame-uses.com/videos.swf>



Illustration 1 : écran de jeu vidéo League of legends, mémoire de master, 2017, © C. Trichon

Toutefois l'émotion ne se manifeste pas qu'à travers l'expressivité du visage devant l'écran, elle est aussi un phénomène qu'il convient d'étudier dans sa nature sensorielle et sociale (Martin Juchat, 2008 ; Bernard, 2015). Dans ses recherches en sciences sociales sur « les voies d'approche des émotions » Julien Bernard les définit en effet comme :

“des produits du social (les émotions s'inscrivent et dépendent, autant qu'elles participent, aux structures sociales), des produits du décalage entre disposition et position du sujet (l'individu ressent et exprime des émotions en fonction des contextes où il se situe), des signes performateurs (qu'ils soient graphiques ou exprimés via une gestuelle par exemple), des objets de catégorisation enjeux de pouvoir (identifier les émotions chez les autres fluidifie les pratiques sociales), et des phénomènes psycho-physiologiques (repérables notamment via les expressions du visage)”⁵.

Une approche anthropologique de la communication des émotions, s'accompagne d'une mise en visibilité et “en expérience” des relations sociales et de la communication émotionnelle comme d'un phénomène social (Martin

⁵ Définition reprise par Camille Alloing et Julien Pierre à propos des travaux de Julien Bernard, dans l'appel à article pour la revue *Communiquer*, “Affects et émotions numériques : matérialité(s) et instrumentalisation(s)”, 2018.

Juchat, 2008 ; Bernard, 2015). Ainsi, “nous ne nous intéressons pas à ce que X ou Y peuvent éprouver en tant qu’individus selon les hasards de leur expérience personnelle... Nous nous intéressons seulement à ce qu’ils sentent et pensent en tant que membres d’une communauté donnée” (Malinowski, in Laplantine, 1996). Nous reprenons l’idée développée par les anthropologues visuels, Malinowski ici cité ou Jean Rouch plus tard, que la relation filmant-filmé autorise à représenter une situation sociale, à appréhender la société telle que perçue du *dedans* par les acteurs sociaux. Le regard est de la sorte inscrit dans un contexte, une histoire, un espace, une proxémie particulière. Cette quête amène à interroger en permanence les apports de l’anthropologie visuelle pour comprendre les registres émotionnels des expériences dans le digital.

“Viewing an image may carry more communicative meaning than reading a description of the very same thing. The image has more ‘reality’” (Norris, 2004)⁶. Pour en faire l’expérience, nous développons donc une approche sensorielle et émotionnelle de l’écran en sciences de l’information et de la communication. L’expérience des spectateurs, nourrie d’images et installée dans une acculturation et une certaine maturité rend possible aujourd’hui ce qui était suspect hier, à savoir le fait d’apprendre par elles et, par une restitution en image et à travers d’autres écrans, de rendre compte d’une *réalité* de l’expérience étudiée. En effet, par la réversibilité entre les rituels communicationnels observés et la communication de ces mêmes rituels, se produit des effets de sens inédits sur les spectateurs qu’il convient de découvrir à présent.

3. Traverser le dispositif et traverser l’écran

3.1 “L’expérience d’autrui dans la mienne”

Pour commencer, nous évoquerons l’exemple d’une captation visuelle où nous sommes entrés avec d’autres spectateurs dans le dispositif lui-même, tout en

⁶ Trad. française : “Voir, regarder une image peut avoir plus d’impact communicationnel, de sens que de lire la description de la même chose. L’image a plus de réalité”.

étant équipés de la caméra et de l'appareil photo du smartphone. Le dispositif en question correspond à la projection en avant première du film *App the movie, first second screen cinema experience*, de Bobby Boermans, au Festival Tous Écrans de Genève en 2013. Dans cette expérience "augmentée", l'écran de cinéma est doublé d'un second écran, celui du téléphone portable. Les insertions visuelles sur le smartphone permettent aux spectateurs présents dans la salle de visualiser par exemple le hors champ de l'image du grand écran, une scène montée en parallèle, le contre champ d'une conversation, le paysage et l'environnement dans lesquels évoluent les personnages du film, les SMS reçus ou envoyés par les personnages durant le film, etc...⁷

En plus de ces constats sur la représentation du smartphone au cinéma et un potentiel renouvellement de l'écriture filmique, l'expérience analysée ici renforce pour les spectateurs un sentiment d'immersion partagée dans les images, car les non équipés regardent sur les écrans de leurs voisins. Toute la salle s'illumine des smartphones allumés... La captation de ces échanges et de cette perception à plusieurs du film permet ainsi de prendre conscience d'une part de l'importance de l'expérience plurielle de l'écran dans ce dispositif et d'autre part des émotions comme des "produits sociaux". L'écran devenant ce lieu hybride où :

"Le sens transparait à l'intersection de mes expériences et à l'intersection de mes expériences et de celles d'autrui, par l'engrenage des unes sur les autres. Il est donc inséparable de la subjectivité et de l'intersubjectivité qui font leur unité par la reprise de mes expériences passées dans mes expériences présentes, de l'expérience d'autrui dans la mienne" (Merleau-Ponty, 1945: XV).

Sur cette pluralité des expériences de l'écran, nous avons aussi eu l'occasion d'observer des situations d'usages où les utilisateurs avaient à expérimenter des dispositifs de réalité augmentée (RA), dans des espaces publics et des

⁷ Le teaser du film peut être vu sur <https://www.youtube.com/watch?v=1D2MGaz5-mg> / Dernière consultation le 20 décembre 2018.

lieux de foule. C'est le cas du projet *Holoforge* présenté au Laval Virtual 2017 en France :



Illustration 2 : vidéo-expérience(s) de réalité augmentée, Holoforge, Laval Virtual, Laval, avril 2017, © crédits photo G. Chabert

La vidéo réalisée montre deux personnes complètement absorbées par leur quête dans la réalité augmentée, à savoir se coordonner pour détacher un bloc de pierre d'une grue et réussir à le déposer au sol, tandis que les publics coprésents, extérieurs à la narration augmentée, ont du mal à comprendre ce qui se joue et semblent très étonnés des gestuelles des utilisateurs s'agitant sous leurs yeux. Avec ce dispositif, on observe une disparition de l'écran dans l'usage des images. Disparition que d'autres nomment "dissolution" (Lancien, 2015), que nous avons filmée et captée dans ce projet, qui ouvre certes un passage vers l'image, mais qui par là même fait disparaître en même temps un certain "commun" de l'expérience.

3.2 "Chaque lecteur est, quand il lit, le propre lecteur de soi-même"

Puis, avec la Réalité Virtuelle nous sommes peu à peu entrés dans l'écran, nous avons "traversé la fenêtre et le point de vue", pour essayer de comprendre d'une part ce qui se passait exactement chez le joueur dans le casque de la Réalité Virtuelle (ennui, longueur, oppressions, pleurs...). Quelles émotions étaient ressenties dans cet état émotionnel introverti, au plus près de soi ? ; Et d'autre part comment on vivait les émotions dans la VR ? Faisant l'hypothèse

Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios Universidad de La Laguna, diciembre de 2018 (2ª edición)

d'une "technique du corps" (Mauss, 1934) et d'une mobilisation particulière du corps, des sens et des émotions, mis à l'épreuve parfois, avec ces dispositifs.

D'abord l'émotion y est peu perceptible à partir du visage puisque celui-ci est masqué et appareillé. Elle y est davantage représentée par les gestes, en tant que "signes performateurs" (Bernard, 2015). Nous avons remarqué qu'il y avait une attention particulière au corps dans la VR. A l'image, les utilisateurs apprécient de le découvrir, de se voir, se *sentir* évoluer dans le monde virtuel. La plupart d'entre eux ne trouvent pas quoi faire de leurs membres au début, qui ne sont pas toujours visibles dans les expériences de réalité virtuelle, mais on remarque que les joueurs ont tendance à utiliser leurs bras et leurs mains, le plus souvent en effectuant des gestes de surprises ou d'auto-contacts. Ils cherchent à montrer du doigt ce qu'ils sont en train de vivre ou de voir en 360°, ils cherchent à toucher, à retrouver une forme de matérialité. Dans beaucoup de projets, le corps est représenté par des extensions machiniques dans l'espace virtuel (par exemple une manette, comme dans l'illustration ci-dessous) mais il y a aussi des effets de présence du corps visibles par d'autres formes reconnaissables, telles les ombres projetées, les reflets...

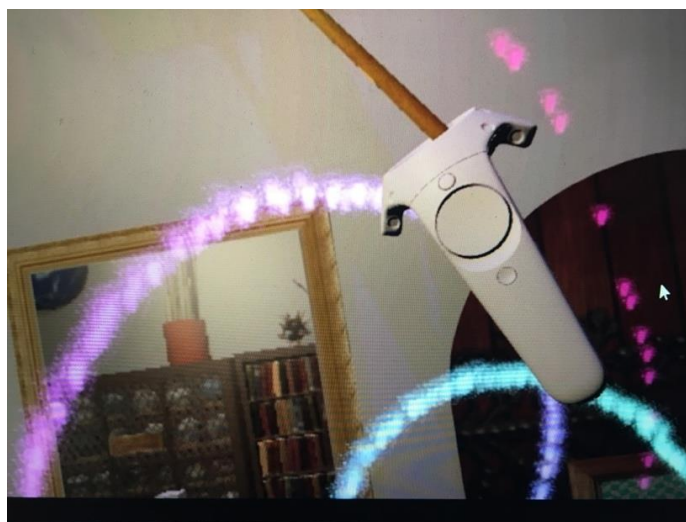


Illustration 3 : vidéo-expérience de réalité virtuelle, Real. Réalités Impossibles, Jacob-Bellecombette, January 2018, © K. Groupierre et G. Chabert

La recherche d'empathie avec certaines formes de présence (personnages, objets, animaux...) -comme dans le très beau film *l'Odyssée de Pi* de Ang Lee- invite à un questionnement métaphysique, une méditation et une solitude dans la VR qui reste à interroger. Elle suscite une "connivence", au sens où l'entend François Jullien à propos du paysage (2014), avec ces présences et ces visages représentés dans les images en 3D.

Dans la réalité virtuelle -filmée en vidéo par le biais d'une captation logicielle ou par celle des écrans de retours sur l'expérimentation- on perçoit bien la flottaison, par les images mouvantes, navigantes. "Associé à la VR, le corps que j'ai durant les expériences n'est pas mon vrai corps, même s'ils sont associés par un casque, je suis comme une entité corporelle et émotionnelle en flottaison. C'est un corps espace, un corps mobile qui déambule dans un cinéma des corps à l'intérieur d'un univers instable, proche de celui d'un rêve machinique" nous dit une expérimentatrice. La réverbération émotionnelle y est très perceptible. Marcel Proust écrit dans *A la recherche du temps perdu* en 1956 qu'"en réalité chaque lecteur est, quand il lit, le propre lecteur de soi-même". Le rapprochement de la VR avec l'expérience de la lecture est intéressant car le casque VR stimule nos sens vers l'intérieur de nous-même. C'est une expérience sociale inédite puisqu'à la vue d'autres individus, elle invite pourtant à se retourner sur soi-même.

De retour sur les méthodes, il convient alors de se demander si les images qui la représente, cette expérience d'un monde 3D en 2D, le montrent ? Elles ont une nature particulière, sont différentes des images en mouvement habituelles. Elles montrent la trace d'un corps navigant, parfois gesticulant, en transportation dans la VR (un peu comme c'est le cas avec la caméra à l'épaule des images en mouvements de cinéma). C'est une autre manière d'impliquer un regard dans et sur l'espace, autre que par le parcours mais davantage par le corps paradoxal d'un regard immergé / projeté à d'autres spectateurs.

"The integration of video into this method can serve as a catalyst for creating ethnographic understandings of other people's experiences and representing

these experiences to a wider audience”⁸. (Pink, 2007). Cette méthodologie invite à réfléchir en effet à une possible réversibilité entre les rituels communicationnels observés et la communication de ces mêmes rituels à travers un dispositif d’image qui, par effet contagieux, permet au public d’en éprouver les tenants et la saveur. En effet, cette connivence émotionnelle mise en forme par le dispositif visuel devient le produit du mimétisme émotionnel et permet en quelque sorte l’infiltration du dispositif dans la chair du regardant.

4. “A VR journey into a world beyond sight”

L’œuvre VR *the enemy*⁹ de Karim Ben Khelifa, expérimentée dernièrement au GIFF de Genève (Geneva International Film Festival), fait aussi partie du corpus étudié. Dans ce projet, le spectateur est immergé dans un espace virtuel pour écouter les témoignages de combattants de différents conflits dans le monde et pour les rencontrer en étant coprésents avec eux dans un même espace, celui de la réalité virtuelle. Avec cette œuvre, se pose la question de dispositifs qui, par leur dimension transmédia, peuvent donner une visibilité autre à des sujets de société souvent majeurs et pourtant peu vus. Cette expérience bouscule par ailleurs certains codes émotionnels des interactions de face à face puisque dans le cadre des interactions avec les combattants, il est possible de s’en approcher, de les contourner et ainsi de déjouer les codes habituels de la communication interindividuelle (Goffman, 1974). Du point de vue de la méthode, le cadrage choisi pour filmer l’expérience permet d’expérimenter un dispositif d’observation qui combine, à travers la mise en parallèle de deux plans vidéos, à la fois le jeu physique des utilisateurs (les signes performateurs de l’émotion) mais aussi leurs regards et déplacements dans la réalité virtuelle (les émotions immergées). Cette double vue permet ainsi de dissocier et en même temps d’associer deux formes de réalités et de mondes émotionnels vécus par les utilisateurs et les spectateurs et d’offrir un certain “commun” à leurs expériences.

⁸ Trad. française : “L’intégration de la vidéo dans la méthode peut servir de catalyseur pour susciter la compréhension ethnographique des expériences des autres et les représenter auprès d’un public tiers”.

⁹ Œuvre VR expérimentée le 7 novembre 2018, consultée le 30 novembre 2018 sur <http://theenemyishere.org/>

Enfin, il convient, dans la perspective des méthodes de recherche en VR, d'évoquer un dernier projet expérimenté. Il s'agit de *Notes of blindness, into darkness, a VR journey into a world beyond sight*¹⁰. Dans les années 80, l'écrivain John Hull tient un journal intime au fur et à mesure qu'il perd la vue. Il procède alors à des enregistrements audio des sons qu'il capte de ses perceptions. C'est ce journal intime et cette démarche, qui documente *Notes of Blindness*, cette expérience de l'obscurité et d'un paysage sonore proposé au spectateur. "We can not just stick to observations and interviews. We need authentic descriptive analysis techniques of gestures, postures, mimicry"¹¹, nous disaient Margaret Mead et Grégory Bateson en 1948. Anthropologie de la communication, notes d'observation, univers sensoriels, paroles de chercheurs, beaucoup de traces de ces activités sont présentes dans *Notes of Blindness...* Avec ce projet, s'ouvre tout un champ possible à l'usage scientifique de la réalité virtuelle comme méthode visuelle réflexive, permettant une restitution de ce qu'on peut nommer les "émotions immergées". S'ouvre alors une possibilité d'utiliser la VR, à l'image de Mead et Bateson, comme un journal en immersion des expériences et des usages, un journal de bord photographié, filmé et *augmenté des espaces* et des émotions traversées.

5. Conclusion

Dans le futur, il sera sans doute intéressant de continuer à expérimenter des méthodes visuelles qui "traversent la fenêtre", qui traversent l'écran et de tester des formes originales de captations émotionnelles. Elles pourraient, dans le cas des mondes émotionnels de la réalité virtuelle, permettre par exemple la prise en compte des données d'un chercheur complice dans l'espace, un chercheur caché et immergé dans l'espace virtuel pour y mener ses propres observations (Boellstorff, 2008) ; permettre de produire des interviews en VR après les expériences, réalisés à chaud et dans les contextes "virtuels" des usages ;

¹⁰ *Note of Blindness*, voyage VR au cœur d'un monde d'obscurité, consulté le 30 novembre 2018 sur https://www.youtube.com/watch?v=W2eTgbyiY_0

¹¹ Trad. française : "Nous ne pouvons seulement nous en tenir à des observations et à des entretiens. Nous avons besoin d'authentiques techniques d'analyses descriptives des gestes, des postures, des mimiques".

permettre des regards et cadrages nouveaux sur les expériences filmées. Ce ne sont là que des pistes stimulantes mais elles fixent définitivement cette volonté de saisie de l'usage et de l'émotion en situation, dans les réalités expérimentées propres.

Se posera alors sans doute encore au chercheur la question des esthétiques pour représenter et faire éprouver les émotions de telles images, de telles expériences ?

Par quels Montage ? Filtres ? Trucages ? Narrations ? Copies Ecran ? Panoramiques ? Transmédialités ? Régie filmée ? Sons ?...

...Sera-t-il possible de faire vivre une connivence avec l'expérience émotionnelle proposée par la 3D des images et des mondes de synthèse ?

Reste encore beaucoup de créations et de méthodes visuelles à inventer et questionner dans ce futur des images qui s'offre à nous.

6. Références bibliographiques

BATESON, Gregory et MEAD, Margaret, 1942. *Balinese Character: A Photographic Analysis* [en ligne]. New York Academy of Sciences. ISBN 0-89072-780-5. Disponible à l'adresse : https://monoskop.org/images/8/8d/Bateson_Gregory_Mead_Margaret_Balinese_Character_A_Photographic_Analysis.pdf

BARTHES, Roland, 1975. En sortant du cinéma. *Communications*. N°23. Psychanalyse et cinéma. pp. 104-107.

BERNARD, Julien, 2015. Les voies d'approche des émotions. Enjeu de définition et catégorisations. *Terrains/Théories*, 2.

BOELLSTORFF, Tom, 2008. *Coming of age in Second life, an anthropologist explores the Virtually human*, Princeton University Press. ISBN 978-0-691-13528-1.

Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios Universidad de La Laguna, diciembre de 2018 (2ª edición)

CORBIN, Alain, COURTINE, Jean-Jacques et VIGARELLO, Georges (dirs), 2017. *Histoire des émotions, De la fin du XIXè siècle à nos jours*. Tome 3. Seuil.

CHABERT, Ghislaine, 2016. Les espaces de l'attention dans les dispositifs numériques. In MARTIN JUCHAT, Fabienne et STALL, Adrian, *L'industrialisation des émotions, vers une radicalisation de la modernité ?* L'harmattan. Communication et civilisation. pp. 117-141. ISBN 978-2-343-08484-8

CHABERT, Ghislaine et IBANEZ-BUENO, Jacques, 2015. Filming employees in video-meetings: questions on a methodology focusing on image and sound capture. *French Journal for Media Research*, 4/2015, varia. ISSN 2264-4733.

CHABERT, Ghislaine, IBANEZ-BUENO, Jacques et ALLAIN, Sébastien, 2014. Serious games : new media in a public institution?. *Revista Latina de Comunicación social*, n° 69, février 2014. pp. 125-134
DOI 10.4185/RLCS-2014-1004en ISSN 1138-5820.

DE CERTEAU, Michel, 1980. *L'invention du quotidien.1. Arts de Faire*. Folio Essais. Gallimard. 1990. ISBN 978-2-07-032576-4.

DEWEY, John, 1934. *Art as experience*. University Press, Southern Illinois. 2010. *L'art comme expérience*, Folio Essais pour la traduction française. ISBN 978-2-07-043588-3.

GOFFMAN, Erving, 1974. *Les rites d'interaction*, Éditions de Minuit. Le sens commun. Paris.

IBANEZ-BUENO, Jacques, CHABERT, Ghislaine, LAMBOUX-DURAND, Alain et WANONO, Nadine, 2017. *Applying visual methods to digital communication*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, cac137. La Laguna (Tenerife) :

Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios
Universidad de La Laguna, diciembre de 2018 (2ª edición)

Latina, DOI :10.4185/cac136, Disponible
<http://www.cuadernosartesanos.org/2017/cac136.pdf>

JOLY, Martine, 1994. *Introduction à l'analyse de l'image*. Nathan Université.

JULLIEN, François, 2014. *Vivre de paysage ou l'impensé de la raison*. Gallimard, Bibliothèque des idées. Paris.

LAPLANTINE, François, 1996. *La description ethnographique*. Nathan Université, 128 Sciences Sociales. Paris.

NORRIS, Sigrid, 2004. *Analysing multimodal interaction, a methodological framework*. Routledge. New York & London.

MACDOUGALL, David, 2006. *The corporeal image : Film, Ethnography, and the Senses*. Princeton University Press. New Jersey. 299 p.

MARTIN JUCHAT, Fabienne, 2008. *Le corps et les médias, La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*. De Boeck, Culture et Communication.

MAUSS, Marcel, 1934. Les techniques du corps. *Journal de Psychologie*. XXXII ne. 3-4. 15 mars-15 avril 1936. Communication présentée à la Société de Psychologie le 17 mai 1934.

MERLEAU-PONTY, Maurice, 1945. *Phénoménologie de la perception*. Gallimard. Paris.

MONS, Alain, 2013. *Les lieux du sensible. Ville, hommes, images*. CNRS Éditions. Paris.

PINK, Sarah, 2007. Walking with video. *Visual Studies*. Vol 22. N°3. pp 240-252.

PINK, Sarah, 2009. *Doing sensory ethnography*. Sage. London.

RANCIÈRE, Jacques, 2000. *Le partage du sensible*. Esthétique et Politique. La fabrique Edition. ISBN 9782913372054.

WINKIN, Yves. 1996. *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*. De Boeck Université. Bruxelles. ISBN 2-8041-2058-9.