

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA RÉALITÉ VIRTUELLE À DES FINS DE SENSIBILISATION
ÉTUDE DE LA CAMPAGNE « CONNAIS-TU LA LIMITE ? – LE
CONSENTEMENT EN 360 DEGRÉS »

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
CHLOÉ LUCHS TASSÉ

JUILLET 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce à plusieurs personnes à qui je dois témoigner toute ma reconnaissance.

Je voudrais tout d'abord adresser toute ma gratitude à ma directrice de recherche, Gabrielle Trépanier-Jobin, méticuleuse et attentive, pour sa patience, sa disponibilité, sa rigueur et ses suggestions judicieuses qui ont permis d'orienter le développement de ce mémoire.

Je remercie également les professeurs Florence Millerand et Pierre Barrette d'avoir accepté de siéger sur le jury de ce mémoire de maîtrise.

Enfin, merci à Samuel Trudelle-Gendron pour son soutien, sa patience ainsi que ses encouragements dans les moments difficiles.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ.....	vi
INTRODUCTION.....	1
I.1 Mise en contexte.....	1
I.2 Objectifs et questions de recherche	4
CHAPITRE 1. PROBLÉMATIQUE	7
1.1 Recherches sur l'utilisation de la réalité virtuelle en psychologie.....	7
1.2 Recherches sur l'utilisation de la réalité virtuelle en éducation.....	9
1.3 Notre apport au champ de recherche sur la réalité virtuelle	10
1.4 Recherches sur l'immersion.....	10
1.4.1 L'immersion comme produit de la technologie	11
1.4.2 L'immersion comme état psychologique.....	12
1.4.3 Notre conception de l'immersion.....	13
CHAPITRE 2. CADRE THÉORIQUE.....	14
2.1 Approche constructiviste.....	14
2.2 Sensibilisation	17
2.3 Contexte de réception.....	19
2.4 Immersion	20
2.4.1 L'immersion fictionnelle	21
2.4.2 L'immersion sensorielle.....	23
2.4.3 L'immersion basée sur le défi.....	24
2.4.4 Clarifications autour du terme immersion	24
2.4.5 Rôle de la spatialité sur l'immersion	26
2.4.6 Rôle de l'interface sur l'immersion	28
2.4.7 Rôle des personnages sur l'immersion	29
2.4.8 Rôle de la narrativité sur l'immersion	31

2.4.9 Rôle de l'interactivité sur l'immersion	32
2.4.10 Rôle de la subjectivité et du contexte sur l'immersion	33
2.5 Rôle de l'empathie sur la sensibilisation.....	35
2.5.1 Rôle de l'immersion sur l'empathie.....	36
2.5.2 Rôle de l'identification au personnage sur l'empathie	37
2.5.3 Rôle de la narrativité sur l'empathie	38
2.5.4 Rôle de la personnalité du participant sur l'empathie.....	39
CHAPITRE 3. MÉTHODOLOGIE	41
3.1 Approche exploratoire qualitative.....	41
3.2 Choix de la capsule à l'étude	42
3.3 Recrutement des participants	43
3.4 Considérations éthiques	44
3.5 Construction du questionnaire et collecte de données	45
3.6 Compilation et analyse des réponses	46
CHAPITRE 4. ÉTUDE DE RÉCEPTION.....	48
4.1 Sensibilisation des participants	48
4.2 Rôle du contexte de réception sur la sensibilisation	53
4.3 Rôle de l'entourage sur la sensibilisation	55
4.4 Rôle de la technologie sur la sensibilisation	57
4.5 Rôle de l'immersion et de l'identification sur la sensibilisation.....	59
4.5.1 Rôle des bruits ambiants sur l'immersion et l'identification	61
4.5.2 Rôle de la personnalité des spectateurs sur l'immersion et l'identification.....	63
4.5.3 Rôle de l'interface physique sur l'immersion et l'identification	67
4.5.4 Rôle de l'interface graphique sur l'immersion et l'identification.....	70
4.5.5 Rôle de la spatialité sur l'immersion et l'identification.....	71
4.5.6 Rôle de l'interactivité sur l'immersion et l'identification.....	74
4.5.7 Rôle de la narrativité sur l'immersion et l'identification.....	76

4.5.8 Rôle du point de vue sur l'immersion et l'identification	77
4.6 Rôle de l'empathie sur la sensibilisation.....	80
4.6.1 Rôle de la personnalité des participants sur l'empathie.....	84
4.6.2 Rôle de l'identification au personnage de type « extension de soi » sur l'empathie	85
4.6.3 Rôle du niveau de développement des personnages et de la narrativité sur l'empathie.....	88
4.7 Rôle de l'identité de genre sur la sensibilisation.....	90
CHAPITRE 5. DISCUSSION DES RÉSULTATS	95
CONCLUSION	99
BIBLIOGRAPHIE	105
ANNEXE 1. QUESTIONNAIRE	112
ANNEXE 2. CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE.....	117

RÉSUMÉ

Aujourd'hui, à l'ère numérique, plusieurs dispositifs technologiques jouent un rôle significatif dans différents domaines de la société. La réalité virtuelle, est l'une des technologies dont le nombre d'usages différents croît le plus rapidement. La réalité virtuelle est d'ailleurs de plus en plus utilisée dans cette optique par des organisations non gouvernementales (ONG) et par des organisations à but non lucratif (OBNL). Une des caractéristiques principales associées à la réalité virtuelle pour justifier son utilisation à des fins de sensibilisation est sa capacité à susciter l'empathie.

Cette étude exploratoire qualitative cherche à vérifier si cette affirmation est fondée et si la réalité virtuelle est bel et bien un bon moyen de sensibilisation lié à l'empathie et à l'immersion. Nous avons donc effectué un partenariat avec le Y des femmes, un organisme à but non lucratif montréalais qui a fait une tournée dans plusieurs écoles et cégeps pour présenter une capsule de réalité virtuelle s'intitulant *Connais-tu la limite? Le consentement en 360 degrés*. Cette capsule vise à sensibiliser à l'importance du consentement sexuel en plongeant les participants dans le point de vue d'une jeune femme qui se retrouve en situation de harcèlement sexuel. Nous avons effectué des entrevues semi-dirigées à questions ouvertes avec 15 participants volontaires du Cégep Saint-Laurent et du Cégep de Sherbrooke pour voir si cette expérience en réalité virtuelle les a sensibilisés à l'importance du consentement sexuel et pour vérifier si cette sensibilisation vient de pair avec le développement d'un sentiment d'empathie envers le personnage et d'un sentiment d'immersion dans l'univers de la capsule.

À la lumière de notre étude, nous pouvons émettre l'hypothèse qu'une capsule de réalité virtuelle est un bon moyen d'amener les gens à approfondir leur réflexion sur une cause, sans toutefois garantir leur sensibilisation, leur empathie et leur immersion, en partie parce que chaque participant a une personnalité et des expériences de vie différentes.

Mots clés : réalité virtuelle ; sensibilisation ; empathie ; immersion, identification ; consentement sexuel ; étude de réception

INTRODUCTION

I.1 Mise en contexte

Depuis 2013, la réalité virtuelle prend une importance significative dans différents domaines de la société. Cette technologie informatique est, par exemple, utilisée pour présenter une œuvre d'art ou encore pour soigner des personnes souffrant de schizophrénie. Le terme « réalité virtuelle » réfère à tout dispositif donnant la possibilité à une personne de visualiser, à l'aide d'un casque, un environnement numérique en 360 degrés qui simule certains aspects du monde réel ou représente un monde imaginaire (Fuchs et al., 2006b).

Les dispositifs de réalité virtuelle que nous connaissons aujourd'hui sont des versions revisitées et améliorées de ceux inventés à la fin des années 1980 par Jaron Lanier aux États-Unis. Dans les années 1980, les chercheurs n'avaient pas encore à leur disposition la technologie nécessaire pour coordonner l'interface du dispositif avec les mouvements de tête de l'utilisateur. Le dispositif offrait néanmoins au participant une perspective à la première personne sur un axe de 360 degrés, mais l'image ne suivait pas, en temps réel, les mouvements de l'utilisateur lorsqu'il tournait sa tête. À cette époque, la résolution des graphiques n'était pas non plus assez élevée pour créer un monde réaliste permettant à l'utilisateur de « s'échapper de la routine quotidienne et d'agir virtuellement dans un monde artificiel » (notre trad., Fuchs et al., 2006a, p.2). L'expérience avec le dispositif était plutôt déplaisante et provoquait chez plusieurs participants des étourdissements et des malaises. Autour de 1990, l'avènement de l'internet fit oublier les recherches sur la réalité virtuelle pour toute une décennie.

À la fin des années 2000, l'évolution fulgurante de la technologie et l'invention des écrans portables miniatures et tactiles pour téléphones cellulaires ont donné à la réalité virtuelle un deuxième souffle (Fuchs et al., 2006a). En 2012, Palmer Lucky inventa l'Oculus Rift, un dispositif de réalité virtuelle inspiré du prototype des années 1980 et prenant la forme d'un casque qui couvre les yeux pour masquer l'environnement extérieur et qui est doté d'une sangle ajustable à l'arrière de la tête. L'image présentée par l'*Oculus Rift* est stéréoscopique, c'est-à-dire qu'elle est composée de deux images pour produire l'illusion d'un relief et d'une tridimensionnalité. Le dispositif met en outre à contribution des technologies modernes du 21^e siècle, dont des lentilles de meilleure qualité aidant les yeux à focaliser sur le contenu de l'écran et des meilleurs senseurs facilitant la captation des mouvements de tête pour les reproduire en temps réel dans l'environnement virtuel. Anticipant son immense potentiel commercial, la compagnie *Facebook* s'est empressée d'acheter l'*Oculus Rift* pour 2 milliards de dollars. La firme de recherche *Tractica* a estimé que les revenus générés par la réalité virtuelle pourraient atteindre 22 milliards d'ici 2020¹.

Il est désormais possible de participer à une expérience de réalité virtuelle à plusieurs endroits un peu partout dans le monde. À Montréal, la Grande bibliothèque, le DHC/ART et le Centre Phi font partie des lieux qui donnent accès à cette technologie gratuitement dans le cadre d'événements comme *La bibliothèque, la nuit* (2016), *Bjork Digital* (2016) et *Sensory Story* (2015). Le Jardin de réalité virtuelle, au Centre Phi, est un espace permanent qui invite les gens à vivre une expérience virtuelle. Lorsque le participant positionne le dispositif sur sa tête, des senseurs automatisés activent une capsule de réalité virtuelle qui présente différents univers dans le but de « transporter

¹ « Consumer Virtual Reality Hardware and Content Revenue to Reach \$21.8 Billion by 2020 » (28 juillet 2015). Récupéré de : <https://www.tractica.com/newsroom/press-releases/consumer-virtual-reality-hardware-and-content-revenue-to-reach-21-8-billion-by-2020/>

les êtres humains là où ils ne sont jamais allés et n'iront peut-être jamais, dans un "vrai lointain » (Tremblay, 2006).

Puisque plusieurs présupposent la réalité virtuelle capable de susciter un sentiment de présence et de conscientisation auprès des participants, cette technologie est de plus en plus utilisée par des organisations non gouvernementales (ONG) et des organisations à but non lucratif (OBNL) pour sensibiliser des gens. À titre d'exemple, les capsules de réalité virtuelle développées par la *United Nations Millennium Campaign* (UNMC), une filiale de l'ONU, présentent des situations simulant des crises humanitaires contemporaines. Nommées les *VR series*, ces capsules ont pour but spécifique de conscientiser les participants aux défis mondiaux les plus pressants, en « repoussant les limites de l'empathie et de la compréhension pour influencer directement les particuliers qui détiennent le pouvoir d'agir »². Le rapport de développement de l'UNMC 2015 présente des capsules de réalité virtuelle sur des crises urgentes telles que le virus Ebola, la guerre civile en Syrie, la crise des réfugiés syriens, ainsi que les conséquences liées au réchauffement climatique. La capsule *Clouds Over Sidra* (Arora et Pousman, 2015), présentée en 360 degrés, qui raconte l'histoire d'une jeune syrienne de 10 ans qui vit depuis bientôt deux ans dans le camp de réfugiés Zaatari en Jordanie. Le participant est alors invité à tourner la tête de tous les côtés, alors que Sidra partage les peines, les joies et les peurs qui font partie de son nouveau quotidien loin de la maison, en le regardant droit dans les yeux. Sidra guide également le participant dans les différents espaces du camp de réfugiés et lui présente ses amies et les membres de sa famille.

Une des caractéristiques principales associées à la réalité virtuelle pour justifier son utilisation à des fins de sensibilisation par les OBNL comme l'ONU est sa capacité à

² Notre trad., citation de H.E. Lykkeloft, président de l'Assemblée Générale, 2015, dans « Virtual reality series » (20 novembre, 2015), récupéré de : <http://unvr.sdgactioncampaign.org>

susciter l'empathie chez le participant. La croyance en son potentiel empathique est tel que certains lui ont attribué le surnom de « machine à empathie » [*empathy machine*] (Wired, Verge, NYT, TechCrunch, MIT-Docubase, etc.). Il nous semble donc crucial de vérifier si cette appellation est justifiée.

I.2 Objectifs et questions de recherche

Dans notre mémoire, nous voulons comprendre à quel point la réalité virtuelle est un bon moyen de sensibilisation et à quel point la conscientisation au moyen de cette technologie est liée à l'empathie, à l'immersion et à l'identification. Nous nous intéressons à l'expérience immersive et émotionnelle de différents individus avec un dispositif de réalité virtuelle, alors qu'il est utilisé par un organisme à but non lucratif dans le but de sensibiliser les utilisateurs à une cause sociale. L'objectif principal de notre mémoire est d'étudier le potentiel de la réalité virtuelle comme outil de sensibilisation et comme « machine à empathie ». Il s'agit de voir si la sensibilisation au moyen de ce dispositif semble favorisée par l'identification au personnage et par l'immersion. Nous explorons l'idée que la réalité virtuelle puisse servir d'outil de communication pour divulguer un message ayant pour effet de susciter le sentiment d'empathie chez le participant. Nous nous intéressons également aux caractéristiques spécifiques des capsules qui influencent l'expérience immersive et émotionnelle du participant avec cette nouvelle technologie et son contenu. L'objectif est de voir si certains éléments narratifs, stylistiques, et technologiques d'une capsule de réalité virtuelle augmentent les chances de sensibiliser l'utilisateur et de susciter un sentiment d'empathie envers le personnage qui vit la situation explorée.

Notre recherche s'articule donc autour des questions suivantes : dans quelle mesure les capsules de réalité virtuelle mettant en scène des problématiques sociales détiennent le potentiel de sensibiliser les gens et d'encourager un changement d'attitude ou de

comportement en lien avec la cause présentée ? Dans quelle mesure cette sensibilisation est-elle liée à l'immersion, à l'identification et à l'empathie ? Quelles sont les dimensions qui semblent influencer le potentiel de sensibilisation, d'immersion, d'identification et d'empathie d'une capsule de réalité virtuelle, tant au niveau du contenu que de la technologie et du contexte de visionnement ?

Pour répondre à ces questions, nous nous sommes associées avec le Y des femmes et avons étudié l'effet de leur capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360* (2015) sur certains étudiants et étudiantes ayant participé à l'expérience. Cette capsule, réalisée par Emanuel St-Pierre et pouvant être visionnée sur le *Samsung Gear VR*, vise à sensibiliser des jeunes au consentement sexuel et à démontrer qu'il n'est pas nécessaire d'avoir une raison pour dire « non » à quelqu'un qui souhaite avoir une relation sexuelle. Les participants sont confrontés à une situation ambiguë lors de laquelle le consentement est remis en cause. La scène présente une fille et un garçon d'environ 17 ans qui se rencontrent dans l'appartement de ce dernier pour un travail de français. Après avoir brisé la glace en faisant un brin de conversation, le garçon (joué par le comédien Olivier Koomsatira) admet trouver la fille (jouée par la comédienne Sandrine Poirier-Allard) « vraiment belle ». Elle lui répond qu'elle le trouve aussi « vraiment beau ». Un silence inconfortable cède sa place aux regards langoureux lancés par le garçon qui s'approche de la jeune fille pour l'embrasser. La scène prend alors une tournure imprévue lorsque le garçon s'enflamme et ignore l'inconfort et la résistance de sa partenaire qui répète les mots « non » et « arrête ». À la fin de la capsule, la fille repousse le garçon fermement et quitte l'appartement en trombe. La scène au complet est présentée en point de vue à la première personne, c'est-à-dire que le participant vit cette expérience à travers les yeux du personnage féminin.

En lien avec notre objet d'étude, la question de recherche se précise comme suit : dans quelle mesure l'expérience de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? – Le consentement*

en 360 encourage-t-elle les participants à ressentir de l'empathie envers les victimes de harcèlement sexuel et sensibilise-t-elle les participants à l'importance du consentement ? En lien avec cette question principale, nous posons les sous-questions suivantes : la sensibilisation des participants et le développement d'un sentiment d'empathie semblent-ils favorisés par leur immersion dans l'univers de la capsule et leur identification au personnage ? Quelles caractéristiques spécifiques à cette capsule de réalité virtuelle et à son contenu encouragent l'immersion du participant et son identification au personnage ?

Pour répondre à ces questions, nous avons réalisé des entrevues semi-dirigées avec des étudiants et des étudiantes qui ont visionné la capsule. Nous les avons interrogés sur leur expérience de visionnement, leurs impressions par rapport au message véhiculé, aux personnages, à la technologie utilisée et au contexte de visionnement. Nous leur avons demandé s'ils se sentent plus sensibilisés par l'importance du consentement sexuel depuis leur expérience et avons sondé leur opinion sur différents éléments de la capsule.

Avant de présenter les réponses que les participants nous ont données et d'interpréter les résultats, nous passerons en revue diverses études réalisées sur l'utilisation de la réalité virtuelle en psychologie et en éducation, pour mettre en évidence notre apport au champ de recherche sur le potentiel de la réalité virtuelle. Nous présenterons également l'approche constructiviste de la réalité et notre cadre théorique s'articulant autour des concepts de sensibilisation, d'immersion, de présence et d'empathie, ainsi qu'autour de différentes dimensions qui sont susceptibles de les influencer, notamment la spatialité, l'interface, les personnages, l'interactivité, la narrativité, la subjectivité des participants et le contexte. Nous expliquerons ensuite en détail les méthodes de recherche qualitative que nous avons mobilisées dans le cadre de notre étude exploratoire, soit la réalisation d'entrevues semi-dirigées avec 15 participants et l'analyse de leur réponse à l'aide du logiciel *Nvivo*.

CHAPITRE 1

PROBLÉMATIQUE

En nous familiarisant avec des recherches sur les différentes utilisations de la réalité virtuelle³, nous avons cherché à comprendre, d'une part, les caractéristiques responsables de sa popularité dans des sphères autres qu'artistique et culturelle et, d'autre part, l'expérience des usagers avec le dispositif et les contenus présentés. Fuchs, Moreau, Mestre, Berthox et Vercher (2006a) notent que la réalité virtuelle est une technologie « interdisciplinaire par essence ». Afin de nous aider à cerner les concepts clés liés à notre objet d'étude, nous passerons en revue les résultats des recherches sur son utilisation en psychologie et en éducation. Puisque la réalité virtuelle est souvent considérée comme une technologie immersive, nous nous sommes également intéressés aux recherches qui ont été menées sur l'immersion.

1.1 Recherches sur l'utilisation de la réalité virtuelle en psychologie

La réalité virtuelle fait l'objet de beaucoup d'attention chez les théoriciens et chercheurs en psychologie cognitive. Rizzo, Schultheis, Kerns et Mateer (2004), par exemple, explorent l'utilisation d'une simulation en 3D nommée *Virtual Irak* et inspirée par le jeu Xbox *Full Spectrum Warrior* (Pandemic Studios, 2004), comme traitement pour guérir le stress post-traumatique des soldats. Cette étude, menée auprès

³ Considérant les différences minimales qui existent entre les dispositifs de réalité virtuelle à l'heure actuelle, nous ne précisons pas toujours quel dispositif est étudié.

de militaires souffrant de choc post-traumatique, a démontré l'efficacité d'un traitement au moyen de la réalité virtuelle. D'après les psychologues, la possibilité pour le patient de se replonger dans un environnement de guerre virtuellement simulé lui permet de faire face à ses angoisses et de trouver des outils efficaces pour les contrôler. Le dispositif dirige l'attention du patient vers les éléments traumatiques et lui donne la possibilité d'interagir avec eux dans un environnement contrôlé par les chercheurs. Le patient participe donc à une simulation virtuelle qui provoque un effet de présence et encourage une confrontation de ses peurs. De manière similaire, Reger, Hollaway, Candy, Difede et Gahm (2011) exposent les bienfaits de ce genre de thérapie cognitive dite « immersive », fondée sur un apprentissage par réflexes et basée sur le modèle behavioriste de conditionnement classique développé par Pavlov et peaufiné par Watson en 1920.

Selon Eichenberf et Wolters (2012), Powers et Emmelkamp (2008) et Valmaggia (2016), la réalité virtuelle peut également être utilisée auprès de patients souffrant de phobies ou de schizophrénie. Elle permet au patient d'interagir en temps réel et au thérapeute, d'adapter la technologie aux besoins du patient. Présenter un environnement anxiogène simulé pour reproduire un état de stress chez le patient permet à ce dernier d'affronter une situation difficile et de trouver lui-même des stratégies pour gérer ses émotions et augmenter son estime de soi. D'après Valmiggia (2016), la thérapie au moyen de la réalité virtuelle a toutefois certaines limites : le traitement est parfois trop confrontant et peut déclencher des étourdissements et des nausées. De plus, les effets à long terme n'ont jamais été évalués à ce jour en raison du manque de financement qui permettrait des suivis durant de plus longues périodes.

1.2 Recherches sur l'utilisation de la réalité virtuelle en éducation

Dong Hwa Choi, Daily-Herbert et Simmons Estes (2016) étudient, pour leur part, l'utilisation pédagogique de la réalité virtuelle pour aider les jeunes à se familiariser avec la culture et l'histoire. Les auteurs ont fait une recension des nouveaux outils technologiques en réalité virtuelle et des bénéfices qu'ils peuvent apporter à l'éducation au 21^e siècle. Ils définissent la réalité virtuelle comme la « simulation d'un environnement réel ou inventé, où l'élève peut adopter le rôle d'un avatar ou se présenter comme lui-même et interagir dans un monde virtuel » (notre trad., 2016, p.145). Le but d'utiliser des technologies de réalité virtuelle comme outils pédagogiques est de permettre à l'élève d'explorer un environnement nouveau et de s'y immerger pour apprendre sur le contexte étudié. Les auteurs démontrent que les élèves retiennent davantage l'information présentée lorsqu'ils ont la possibilité d'interagir avec certains éléments de l'environnement. Les participants deviennent acteurs de la matière scolaire plutôt que récepteurs passifs de l'information. Avec certains dispositifs de réalité virtuelle, ils peuvent interagir avec différents personnages, communiquer et apprendre sur des sujets variés, allant de l'histoire à la science. De plus, le caractère nouveau du dispositif attire l'attention des élèves (2016, p. 77). Les auteurs notent qu'une aventure dans un monde virtuel, tel qu'un musée, un centre culturel ou un site historique, favorise chez l'élève la compréhension spatiale d'un lieu précis et la construction d'une image mentale de l'environnement visité. Selon les auteurs, la réussite de ces mondes virtuels comme outils pédagogiques s'évalue à partir du sentiment de présence dans l'environnement visité et de la quantité d'informations retenues par les élèves.

1.3 Notre apport au champ de recherche sur la réalité virtuelle

Les recherches en psychologie et en éducation démontrent qu'une expérience en réalité virtuelle peut parfois susciter, chez le participant, un sentiment de présence dans l'environnement simulé. Lorsqu'utilisée dans le cadre d'une thérapie cognitive, la réalité virtuelle peut parfois modifier la perception des patients et leur apprendre à contrôler leurs émotions. Bien qu'il existe plusieurs études sur le potentiel de la réalité virtuelle dans le domaine de la psychologie et de l'éducation, aucune étude ne porte sur sa capacité à sensibiliser les gens à une cause sociale. Son utilisation à des fins de conscientisation étant un phénomène nouveau, aucune recherche existante ne cherche à savoir si l'expérience des participants avec une capsule de réalité virtuelle visant la sensibilisation peut susciter le sentiment d'empathie. Il est également important de noter que plusieurs recherches publiées sur les effets de la réalité virtuelle ne réfèrent pas aux nouvelles technologies développées en 2015, mais décrivent d'autres dispositifs de visualisation tels que le Sensorama, DataGlove, Eye Phone et Audio Sphere développés au cours des années 1990.

1.4 Recherches sur l'immersion

La plupart des recherches scientifiques portant sur la question de l'immersion dans un environnement virtuel datent des années 1990 ; une époque où les nouveaux dispositifs de réalité virtuelle n'existaient pas encore. Ces recherches présentent les caractéristiques qui favorisent l'immersion de deux manières : l'une qui accorde davantage d'importance aux éléments constitutifs d'un média et, l'autre, à la capacité d'une personne à concentrer son attention sur le contenu présenté par le dispositif. Les recherches plus récentes sur l'immersion proviennent surtout des études du jeu vidéo qui attribuent la qualité immersive des productions vidéoludiques à leur contenu et leurs différentes caractéristiques. Pour comprendre davantage l'immersion dans les

capsules de réalité virtuelle, nous croyons qu'il est important de survoler la plupart des recherches et disciplines qui explorent cette notion.

1.4.1 L'immersion comme produit de la technologie

L'un des domaines qui étudient l'immersion dans un environnement virtuel est celui des sciences de l'information et de la technologie [*information science and technologie*], qui considère que « l'immersion peut être adressée de manière objective comme la caractéristique d'une technologie » (Notre trad., Slater et Wilbur, 1997). Slater et Wilbur (1997), par exemple, considèrent l'immersion comme la capacité d'une technologie à susciter une illusion de réalité plutôt qu'un sentiment. Ils défendent l'importance de la technologie comme outil permettant à l'utilisateur de se sentir présent dans un univers autre. Selon eux, la technologie utilisée détermine la capacité du média à inclure le participant dans son contenu et à lui donner l'illusion de faire partie du monde représenté. Le casque du dispositif de réalité virtuelle offrirait la possibilité d'isoler l'utilisateur de son espace péripersonnel et de son corps physique de manière à limiter sa perception audiovisuelle à l'environnement virtuel. Selon Slater et Wilbur, le système informatique d'une technologie comme la réalité virtuelle détient donc le pouvoir de générer un effet de présence, grâce à la vision panoramique en 360 degrés et à la qualité de l'image présentée (même à cette époque) (1997, p.603-616). Partant de cette théorie, Bystrom, Barfield et Hendrix (1999) conçoivent aussi l'immersion dans un environnement virtuel comme une propriété de la technologie et de l'interface physique utilisées, plutôt que comme un état mental. Selon eux, le fait d'évoluer dans un environnement tridimensionnel simulé permet de créer une illusion de réalité et donne l'impression que les objets environnants sont palpables.

L'immersion est donc, pour Slater et Wilbur (1997), de même que pour Bystrom, Barfield et Hendrix (1999), une caractéristique propre à un média, qui peut être évaluée de manière objective par la description de la technologie utilisée et la qualité de son

contenu, plutôt qu'un sentiment reposant sur l'apport subjectif et l'état mental de son usager. À notre avis, cette approche repose sur un déterminisme technologique qui consiste à penser que les technologies dictent le type d'expérience que l'on peut faire en interagissant avec elles. Or, nous ne voulons pas tenir pour acquis qu'un casque de réalité virtuelle est, en soi, immersif. Même si nous croyons que la technologie peut influencer l'immersion, il nous semble nécessaire de nuancer cette approche en nous tournant vers les études qui prennent davantage en considération la subjectivité de l'utilisateur.

1.4.2 L'immersion comme état psychologique

L'autre domaine dans lequel a été étudiée l'immersion dans un environnement virtuel est la science comportementale et sociale. Les auteurs de ces sciences définissent l'immersion comme un état psychologique et l'associent à l'expérience subjective d'un individu qui se sent présent dans l'environnement simulé. Witmer et Singer (1998), par exemple, conçoivent l'immersion comme le sentiment de faire partie d'un environnement virtuel dans lequel nous interagissons (1998, p. 153). Ils prônent en outre l'importance des facteurs psychologiques sur l'immersion, dont l'individualité du participant entre autres forgée par ses expériences antérieures. À titre d'exemple, l'attention de l'utilisateur est davantage concentrée sur l'information pour laquelle il a un intérêt (phénomène de l'« attention sélective ») (Notre trad., 1997, p. 230). Selon les auteurs, l'immersion fait naître chez le participant le sentiment que l'immatériel devient matière tangible et matérielle ; un effet qu'ils nomment la « transformation spatiale psychologique » (Notre trad., 1998, p. 227).

Comme Slater et Wilbur (1997), Witmer et Singer (1997 ; 1998) identifient plusieurs facteurs inhérents au médium qui influencent le sentiment d'immersion dans un univers virtuel, tels que l'isolement du participant de son environnement physique et les possibilités d'interactions dans ce monde virtuel. Witmer et Singer attribuent toutefois

davantage d'importance au sentiment d'immersion du participant et à l'effet de présence dans l'environnement virtuel. Slater critique pour sa part cette perspective et lui reproche de confondre l'analyse objective de l'environnement présenté par la technologie avec la subjectivité du participant (1999, p.550).

1.4.3 Notre conception de l'immersion

En considérant l'apport de ces deux perspectives, nous pensons que l'immersion repose à la fois sur des facteurs psychologiques et des caractéristiques internes à l'objet médiatique, qui influencent tous deux la capacité du participant à se sentir transporté dans un environnement virtuel. Nous croyons par ailleurs que l'immersion est atteignable seulement si le participant se sent préalablement engagé avec l'objet dont il fait l'expérience. Le niveau d'engagement est également dépendant des éléments subjectifs et psychologiques du participant. La théorie de Witmer et Singer (1997), axée sur la psychologie cognitive et l'importance d'une analyse de la subjectivité du participant, nous semble utile pour étudier l'immersion au moyen du dispositif de réalité virtuelle.

À travers l'étude de la campagne du Y des femmes *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360*, notre mémoire mettra en lumière le rôle que joue la réalité virtuelle dans la sensibilisation des participants à des causes sociales et le rôle que jouent l'immersion et l'identification au personnage sur la sensibilisation au moyen de la réalité virtuelle. Nous étudierons également l'influence de divers éléments de la capsule, notamment la spatialité, interface, personnage, interactivité, narrativité, subjectivité et contexte, sur l'expérience émotionnelle du participant. C'est pourquoi nous identifierons et expliquerons chacun de ces concepts et dimensions dans le prochain chapitre.

CHAPITRE 2

CADRE THÉORIQUE

Dans le cadre théorique du mémoire, nous expliquerons le paradigme du constructivisme social dans lequel s'inscrit cette recherche, ainsi que les théories principales qui nous serviront de guides pour construire notre questionnaire. Nous résumerons, entre autres, les théories sur l'immersion, la présence et l'empathie. Ceci nous permettra de justifier l'inclusion, dans notre questionnaire, de questions concernant certaines dimensions de la capsule de réalité virtuelle étudiée, son dispositif technologique, son contenu et son contexte de visionnement. Nous explorerons également l'influence de la subjectivité du participant sur son immersion, son sentiment de présence et son empathie en nous basant sur les théories de la réception.

2.1 Approche constructiviste

Nous ancrerons cette recherche dans le paradigme constructiviste selon lequel la réalité qui parvient à notre esprit est en grande partie une construction sociale édifiée par les discours, les représentations et les pratiques culturelles. Selon Berger et Luckmann, l'individu, en interaction avec certains phénomènes, produit des interprétations sur une base individuelle en fonction du contexte, mais aussi de ses expériences vécues au sein d'une collectivité (1986, p. 30 et 35). Les individus ont toutefois tendance à penser que la réalité dont ils font l'expérience existe en dehors de leur conscience :

La réalité appartient à des phénomènes que nous reconnaissons comme ayant une existence indépendante de notre propre volonté. Par contre, la connaissance se

présente comme la certitude que les phénomènes sont réels et qu'ils possèdent des caractéristiques spécifiques. (Berger et Luckmann, 1986, p. 7-8)

Puisque notre réalité se construit au fil de nos nouvelles expériences, elle se transforme, se modifie et se repositionne continuellement (Carr et Kemmis, 1986, cité dans Guba, E. et Lincoln, Y., 1994, p.111). Dans cette recherche, nous prendrons donc en considération que les connaissances des participants et leur perception de la réalité peuvent être modifiées par leur interaction avec la réalité virtuelle et par leur expérience avec le contenu présenté.

Partant de l'idée que n'importe quelle représentation médiatique participe à la construction de notre réalité et de notre vision du monde, il nous semble par ailleurs pertinent de souligner au passage le caractère trompeur de l'expression « réalité virtuelle ». Maude Bonenfant (2015) fait partie de ceux et celles qui remettent en question l'utilisation du concept « virtuel », dans la mesure où les expériences faites dans un monde numérique procurent des sensations et émotions bel et bien réelles. Dans son livre *Le libre jeu*, elle définit d'ailleurs le réel comme « ce qui a lieu » et le virtuel comme « ce qui n'existe qu'en puissance et n'a jamais eu lieu » (2015, p. 92-93). Or, l'expérience avec une capsule de réalité virtuelle a bel et bien lieu et, donc, est bel et bien réelle.

De manière similaire, il nous semble pertinent d'interroger la frontière entre le réel et la fiction en soulignant le caractère mimétique de cette dernière. Selon Schaeffer, la fiction n'est pas opposée à la réalité, mais est une modélisation du réel qui a pour effet de le recadrer. De plus, si la fiction est considérée comme pertinente par le récepteur, elle peut être réactivée dans le monde réel (1999, p.57-59). Par exemple, lire un livre sur la mort peut aider à comprendre certains éléments obscurs et faciliter un processus de deuil.

Les concepts de simulacre et de simulation peuvent également être utiles pour décrire l'effet illusoire de la réalité virtuelle. D'après Baudrillard (1981), nous vivons à une époque où les signes et représentations médiatiques reproduisent la réalité avec une parfaite illusion de ressemblance. À titre d'exemple, l'auteur présente une métaphore empruntée à Jorge Luis Borges, soit celle de la carte du monde qui devient si détaillée qu'elle couvre le territoire au complet (une idée qui précède de plusieurs décennies l'invention de Google map!). Selon Baudrillard, nous vivons également à l'ère de la simulation où les signes et les représentations médiatiques ne réfèrent plus à autre chose qu'à eux-mêmes et en viennent à remplacer la réalité. Autrement dit, les représentations du réel sont devenues plus réelles que la réalité elle-même, la copie a remplacé l'original, la carte du monde s'est substituée au territoire et a fini par définir ses frontières.

Face à la réalité et à la perspective idéale de transformer le monde réel, nous sommes confrontés à l'entreprise de reproduire et réaliser le monde, en créant des représentations de la réalité pour qu'il devienne techniquement intégralement réel. (1981, p. 36)

Cette forme de réalité simulée tombe dans la catégorie que Baudrillard appelle « l'hyperréel ». Si les propos de l'auteur pouvaient sembler exagérés dans les années 1980, le développement des technologies numériques et de la réalité virtuelle semble aujourd'hui concrétiser sa prophétie. La réalité virtuelle tente en effet de convaincre, par des stratégies médiatiques telles que la perspective à la première personne, l'image stéréoscopique et l'adresse directe des personnages au participant, que l'univers présenté est réel. Elle tente de faire vivre une expérience plus réelle que la réalité elle-même. Elle induit, chez le participant, le sentiment que la scène se passe en temps réel et que les actions des autres personnages sont dirigées vers lui, maximisant ainsi la possibilité d'« immersion, immanence et immédiateté » dont parle Baudrillard (1981, p.36). Puisque plusieurs attribuent à cette réalité simulée un potentiel de sensibilisation supérieur à celui des représentations médiatiques qui maintiennent des différences avec

la chose qu'elles représentent, il nous semblait intéressant, dans le cadre de notre mémoire, de mettre à l'épreuve cette idée.

2.2 Sensibilisation

Le Larousse (2016) décrit la sensibilisation comme la possibilité « [d]e rendre quelqu'un, un groupe sensible, réceptif à quelque chose pour lequel il ne manifestait pas nécessairement d'intérêt ». Selon Scheunpflug et McDonnell, la sensibilisation peut encourager les citoyens à « éprouver de l'empathie envers les étrangers et apprendre à considérer le monde du point de vue, par exemple, des minorités, des populations rurales, défavorisées et marginalisées de l'économie » (2008, p.11). D'après l'ONU, sensibiliser requière d'émettre de l'information et de disséminer du savoir permettant au public de mieux comprendre une situation plutôt obscure. Pour conscientiser à une cause, la médiation doit offrir à l'individu les outils nécessaires pour se forger une opinion sur la cause observée et peut mettre en place trois stratégies différentes basées sur : 1) l'argumentation, 2) l'enseignement ou 3) l'information et la communication (Scheunpflug et McDonnell, 2008). Ces trois moyens de sensibilisation visent à « influencer la société en faveur d'une plus grande justice sociale et découlent toutes de l'éducation » (2008, p.13).

Les campagnes visant à sensibiliser un public prennent souvent la forme d'un argumentaire. Selon Scheunpflug et McDonnell, l'argumentation [*advocacy*] est devenue, depuis les années 1980, « l'activité centrale des organisations non gouvernementales ou organisations à but non lucratif » et est déployée à travers divers canaux médiatiques pour encourager un changement d'attitude ou de comportement chez le public ciblé (2008, p.9). L'argumentation [*advocacy*] dans les campagnes de sensibilisation consiste souvent à donner une voix aux personnes marginalisées pour qu'elles puissent présenter leurs histoires et les aider à « s'exprimer d'elles-mêmes » :

Ce type de plaidoyers « devient l'agence de presse des pauvres » (Tibbett, 2007 dans Scheunpflug et McDonnell, 2008, p.9).

L'enseignement des questions relatives au développement humanitaire et aux problématiques mondiales encourage, pour sa part, les individus à se faire une opinion librement et à forger leurs propres jugements de la situation présentée. Elle permet aux individus « de composer plus facilement avec les incertitudes que véhicule l'accélération du changement social, la fragmentation et le métissage des cultures et des modes de vie » (Appadurai (1990) dans Scheunpflug et McDonnell, 2008, p.11).

L'information/communication a une vocation différente : alors que l'enseignement incite les gens à se faire leur propre opinion, les campagnes d'information/communication « sont menées pour susciter l'enthousiasme des gens dans une perspective spécifique, pour encourager un changement et augmenter la prise de conscience » (2008, p.13) ainsi que « rectifier les préjugés de l'opinion sur la réalité des pays en développement, de susciter et de conforter le soutien du public et des décideurs aux politiques des donateurs en faveur du développement et aux aides budgétaires » (2008, p.8). Dans notre recherche, nous nous intéresserons à la sensibilisation par le biais de l'information/communication pour explorer l'idée que la réalité virtuelle et son utilisation par les ONG encouragent le participant à éprouver de l'empathie, encourager la prise de conscience et considérer le monde à partir du point de vue de l'autre.

Aujourd'hui, l'information présentée par les campagnes de sensibilisation est parfois livrée par le biais de technologies sophistiquées et vise l'adoption d'approches plus interactives et participatives, souvent dans le but de présenter une information de manière attrayante et permettre aux individus de se faire une opinion éclairée (2008, p.8 et p. 13). Par contre, l'accès aux stratégies de communication et de sensibilisation par l'utilisation de nouvelles technologies varie selon les pays. Dans notre recherche,

nous nous intéressons néanmoins à ce type de stratégie à la fine pointe de la technologie, car nous sommes curieuses de voir si elle est aussi prometteuse que plusieurs le prétendent.

2.3 Contexte de réception

À notre avis, la sensibilisation par l'entremise de la réalité virtuelle ne repose pas seulement sur la nature technologique du dispositif et le message produit par l'émetteur, mais aussi sur le contexte de réception et la personnalité du récepteur. Les théories de la réception (Staiger, 2005) reconnaissent la capacité des récepteurs à attribuer un sens aux messages médiatiques et remettent en question le pouvoir tout puissant des médias. L'impact d'un message repose autant sinon plus sur le contexte de réception et sur l'individu qui le reçoit, que sur la source médiatique qui le transmet. Le sens du message n'est pas déterminé par la source ou l'émetteur du message, étant donné l'agentivité du récepteur. Ce courant de pensée déconstruit les théories médiatiques antérieures qui prétendaient que les médias sont porteurs de messages si persuasifs qu'ils ont une influence directe sur l'opinion individuelle (Staiger, 2005).

Selon les théories de la réception, les récepteurs ne doivent pas être considérés comme une « masse » homogène, mais plutôt comme un ensemble d'individus singuliers faisant partie d'un groupe d'appartenance (Staiger, 2005). La synergie du groupe auquel l'individu se sent appartenir fait naître une vision commune qui peut agir comme pression sociale à la formation d'opinion individuelle. Au sein d'un groupe d'appartenance, formé par des intérêts communs, les individus singuliers ont tous des intérêts particuliers et des sujets sur lesquels ils sont plus informés que d'autres. L'individu informé peut juger un contenu médiatique particulièrement pertinent en regard des intérêts de son groupe et lui transmettre son jugement. Les récepteurs filtrent l'information véhiculée par les médias avant de la partager et la teinte de leur opinion

d'une manière qui peut influencer l'interprétation des autres. Il faut noter qu'il peut y avoir plusieurs individus, au sein d'un groupe, qui jouent un rôle dans le partage d'une information suite à une expérience médiatique.

À la lumière des théories de la réception, il semble judicieux d'attribuer davantage de pouvoir aux récepteurs et à leur capacité de forger leurs propres opinions lorsque confrontés à un message qui vise à sensibiliser. La source d'émission du message n'a pas de pouvoir direct sur les individus qui ont plutôt tendance à forger leur opinion en fonction de leur subjectivité et de leur entourage.

Dans le cadre de notre recherche, qui considère les capsules de réalité virtuelle comme étant des outils pouvant transmettre un message de sensibilisation lors d'une expérience individuelle, il sera intéressant de voir si les participants ont jugé l'information assez pertinente pour la partager avec des membres de leur entourage, prendre connaissance de ce qu'ils en ont dit et leur demander si leur interprétation de la capsule a changé après qu'ils en aient discuté avec des proches ou amis.

2.4 Immersion

L'une des raisons évoquées pour justifier le fait que les dispositifs de réalité virtuelle sont de bons outils de sensibilisation est leur caractère immersif. Les concepteurs des dispositifs de réalité virtuelle promettent d'ailleurs souvent aux participants une « expérience immersive ». La notion d'immersion est souvent utilisée pour décrire un sentiment d'absorption, d'enveloppement ou de présence se développant durant une activité telle que la consommation d'un média. Elle est à la fois employée pour définir l'expérience enveloppante d'un participant avec un média interactif comme le jeu vidéo et avec un média non interactif comme le cinéma, la peinture ou la littérature. Les capsules de réalité virtuelle qui ne sont pas des jeux vidéo se situent à mi-chemin entre

les médias interactifs et non interactifs, dans la mesure où le spectateur peut décider où il regarde et parfois déambuler dans l'espace à sa guise, sans toutefois pouvoir accomplir des actions et faire d'autres choix qui orientent le déroulement de l'histoire.

Pour mieux comprendre comment la capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360* encourage l'immersion, nous voulons considérer ses éléments intrinsèques et les mettre en relation avec l'expérience vécue subjectivement par les participants. Les études plus récentes et plus détaillées sur l'immersion dans les jeux vidéo nous aideront à y parvenir. Elles répertorient trois types d'immersion en lien avec les éléments du jeu qui la favorise cet état : l'immersion fictionnelle ou imaginative, l'immersion sensorielle et l'immersion basée sur le défi (Therrien, 2014).

2.4.1 L'immersion fictionnelle

Ermi et Mayra décrivent l'immersion imaginative comme un état pouvant se produire lorsque le joueur utilise son imagination pour « s'identifier au personnage du jeu, ressentir de l'empathie pour celui-ci, ou simplement se perdre dans les éléments fantastiques offerts par le jeu » (notre trad., 2005, p.8). Les joueurs doivent éprouver une certaine forme d'engagement avec différents éléments narratifs présents dans le jeu pour s'immerger de cette façon. D'après Ermi et Mayra, l'immersion fictionnelle a plus de chance de se produire si le monde fictionnel présente une intrigue intéressante pour captiver l'attention du joueur. Arsenault et Picard (2008) appellent les deux sous-catégories de l'immersion imaginative auxquelles Ermi et Mayra font allusion l'immersion « identificatrice » et l'immersion « narrative ». À ces deux sous-catégories de l'immersion fictionnelle, ils ajoutent, à la suite de Marie-Laure Ryan, l'immersion « diégétique » qui repose sur la richesse du décor et l'atmosphère de l'univers fictionnel (2008 p. 12).

Selon plusieurs auteurs, l'immersion fictionnelle ou imaginative est favorisée par la vraisemblance du monde fictionnel (personnages et des événements crédibles, logiques et cohérents, simulation des propriétés du monde physique et événements du quotidien, etc.) (Ryan, 2001 dans Therrien, 2014, p. 454 ; Calleja, 2011, p. 23-24 et 182). Jean-Marie Schaeffer (1999) souligne l'importance du réalisme des représentations dans l'immersion fictionnelle. Il s'appuie sur des recherches en psychologie cognitive pour démontrer que la dimension mimétique de la fiction est importante pour produire l'illusion du réel. L'auteur relève également l'apport perceptif et intuitif du spectateur/lecteur pour juger la vraisemblance de ce qui lui est présenté. Pour lui, la fiction est structurée et interprétée en fonction des affects et des perceptions du spectateur/lecteur, eux-mêmes construits par ses expériences de vie, ses visionnements antérieurs et ses interactions avec des personnes ou objets du monde réel (1999, p.177). Si la représentation fictionnelle concorde avec les affects du spectateur/lecteur, celui-ci est davantage susceptible de suspendre sa crédulité, de projeter ses émotions dans la diégèse et d'entrer en immersion fictionnelle :

La fiction opère par amorces mimétiques, et la fonction de ces amorces est d'induire un processus d'immersion mimétique qui nous amène à traiter la représentation fictionnelle « comme si » elle était une représentation factuelle et de nous l'approprier à travers des mécanismes d'introjection, de projection et d'identification [p.192]...La mimétique dans les univers fictionnels donne donc accès à des modélisations représentationnelles qui peuvent intervenir sous de multiples formes dans nos interactions avec la réalité[...]la fiction peut permettre de mieux maîtriser le réel. (1999, p.192 et 198)

D'après Schaeffer, il est donc possible que le spectateur/lecteur ressente, dans un monde fictionnel, des émotions qu'il aurait ressenties dans le monde réel, connue par exemple, l'anticipation d'un face à face avec un animal marin dangereux dans une scène de film d'horreur. Pour Schaeffer, il est toutefois important de considérer que l'expérience immersive et le sentiment de « transport » dans un monde virtuel sont accompagnés d'une réflexion critique de la part du participant puisque celui-ci est doté

d'un système cognitif lui permettant de faire la part des choses et ne pas confondre réalité et fiction (1999, p.179).

Ceci nous amène à nous demander si la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360* favorise l'immersion par la présentation d'un récit captivant, par la création d'un univers diégétique détaillé, par l'inclusion de personnages touchants qui suscitent l'empathie et par la représentation d'une situation réaliste et crédible.

2.4.2 L'immersion sensorielle

L'immersion sensorielle est, pour sa part, déclenchée par un média qui cherche à « accaparer les sens » (Arsenault et Picard, 2008, p.3). Cette forme d'immersion devient effective grâce à la réception, par le participant, des stimuli audiovisuels (voire tactiles et olfactifs) émis par le dispositif. Berthoz, cité dans l'ouvrage de Guelton, note d'ailleurs qu'étudier l'immersion, « c'est d'étudier la fusion des informations sensorielles » avec « les connaissances et les associations produites par le participant et relatives aux repères et symboles présentés dans l'environnement virtuel » (2014, p.12). Les participants dans un état d'immersion sensorielle peuvent être accaparés par les stimuli produits par le dispositif et l'environnement virtuel au moment de l'expérience (par exemple, le « volume élevé provenant de casques d'écoute, l'image près du visage du joueur », etc.), ceci peut encourager l'absorption dans le monde présenté (Ermi et Mayra cité dans Arsenault et Picard, p. 3). Il est pertinent d'étudier l'immersion sensorielle en relation avec la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360*, car le casque de réalité virtuelle est conçu pour bloquer le participant du monde extérieur en accaparant l'ouïe et la vision.

2.4.3 L'immersion basée sur le défi

L'immersion basée sur le défi (*challenge-based immersion*) est, pour sa part, reliée à l'état de « *flow* » (Csikszentmihalyi, 2000) pouvant se produire lorsqu'il y a un bon

équilibre entre les capacités sensori-motrices ou cognitives d'une personne et les défis de son activité (Ermi et Mayra, 2005, p.2). Dans un jeu vidéo, l'immersion basée sur le défi est donc liée à la jouabilité, c'est-à-dire aux buts du jeu, aux actions à accomplir, aux décisions à prendre et aux problèmes à résoudre. Si le joueur ne détient pas les compétences nécessaires à la réalisation de l'activité, l'expérience peut devenir une situation stressante et amener certaines frustrations qui court-circuitent le sentiment d'immersion (Klimt dans Ermi et Mayra, 2005, p.2). Puisque la capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360* n'est pas un jeu et n'a ni mode interactif ni défi à réaliser, nous excluons toutefois la possibilité d'une immersion par le défi.

2.4.4 Clarifications autour du terme immersion

Il existe un important flou conceptuel entourant les différences entre les notions d'« immersion » et de « présence » qu'il nous semble important de clarifier. Ce flou conceptuel repose sur le fait que plusieurs auteurs considèrent le terme « présence » comme un synonyme du mot immersion pour désigner le sentiment d'être « là » dans un environnement simulé (Fontaine, 1992), alors que d'autres auteurs établissent une distinction entre les deux termes. Fuchs et Mestre, par exemple, utilisent le terme « immersion » pour qualifier les « caractéristiques objectives d'un dispositif technologique tel que la réalité virtuelle », et le terme « présence », pour qualifier l'effet potentiel qui découle de l'expérience du participant avec un dispositif immersif (2006b, p.309). Selon leur définition, l'immersion serait donc liée à la dimension technocentrique objectivement descriptible du dispositif de réalité virtuelle, dans la lignée de Slater et Wilbur pour qui « le caractère immersif d'un monde virtuel est une description objective des propriétés de ce monde » (Notre trad. Mestre et Fuchs, 2006b, p.310). La présence serait, pour sa part, liée au sentiment du participant et serait dépendante de ses capacités sensori-motrices, perceptuelles, cognitives et fonctionnelles lors d'une relation avec un dispositif technologique et son contenu

représenté (2006b, p.310). Le sentiment de présence agirait directement sur le comportement du participant et ses capacités perceptuelles, cognitives et fonctionnelles lors de l'expérience. Sheridan (1996) constate que plus le sentiment de présence est grand lors d'une expérience dans un monde virtuel, plus le participant est en mesure d'oublier l'environnement actuel où se trouve et son corps physique et plus il est plongé dans l'environnement qui lui est proposé (1996, p.241). Par exemple, si un joueur joue à un jeu à l'ordinateur, il oublie qu'il est en train de jouer sur un dispositif durant un moment et a l'impression de se trouver dans l'environnement numérique (Ermi et Mayra, 2005, p.4). Le joueur peut également avoir l'impression d'être le personnage se déplaçant dans cet espace et ressentir une forte identification.

Ce qui porte également à confusion, c'est que le terme immersion est parfois utilisé pour faire référence à un sentiment d'absorption dans une certaine condition (Calleja, 2011, p. 26) comme le font Ermi et Mayra (2005) en parlant de l'immersion basée sur le défi. Comme le font remarquer Trépanier-Jobin et Couturier (2018, à venir), l'immersion comme absorption ne peut pas être considérée comme un synonyme de l'effet de présence ou de transport. Selon les auteures, l'immersion fictionnelle et l'immersion sensorielle donnent généralement lieu à un sentiment de présence et de transport dans un univers autre, alors que l'immersion basée sur le défi est liée au sentiment d'absorption. Puisque notre recherche n'implique pas de prendre en considération l'immersion basée sur le défi typique au médium vidéoludique, nous utiliserons les termes immersion et effet de présence comme des synonymes dans le cadre de cette recherche. Pour clarifier ce qui relève des propriétés immersives du dispositif plutôt que du sentiment d'immersion ou de présence du participant, nous parlerons de « potentiel immersif » pouvant ou non être concrétisé par l'usager. Ceci nous permettra d'analyser le rôle des caractéristiques de l'environnement virtuel sur l'immersion d'une part, tout en le mettant en perspective avec l'expérience des participants.

Afin de préciser les dimensions susceptibles d'influencer l'immersion (ou l'effet de présence) dans le cadre d'une expérience avec la réalité virtuelle, nous allons considérer non seulement l'apport des chercheurs ayant réalisé des études sur le concept de présence dans les années 1990, mais aussi l'apport des chercheurs qui se sont plus récemment consacrés à l'étude de l'immersion dans les jeux vidéo.

2.4.5 Rôle de la spatialité sur l'immersion

L'un des premiers éléments pouvant influencer l'immersion diégétique dans une capsule de réalité virtuelle est la spatialité de son environnement. Selon Zahorik et Jenison, l'évolution du participant dans l'espace virtuel est, en effet, l'élément central à la naissance du sentiment de présence (1998, p.77-90). Fontaine avance que la « spatialité vaste » d'un environnement virtuel encourage le sentiment de présence, car elle favorise la découverte et donne l'impression à l'utilisateur que l'espace se prolonge au-delà de son champ de vision (1992, p.488). Les études sur les jeux vidéo indiquent quant à elles qu'il y a différentes structures spatiales possibles dans un environnement vidéoludique. Selon Calleja, un jeu qui ne présente pas tout son espace du premier coup, mais encourage la découverte par l'imagination ou l'exploration, serait encore plus efficace pour engager l'individu (2011, p.79). Witmer et Singer démontrent, pour leur part, que la visite d'un environnement inconnu amplifie l'effet de présence par l'absorption de tous les éléments nouveaux, immédiats et uniques (1998, p.228). Alors que ces auteurs relient l'effet de présence à la nouveauté de l'environnement, d'autres croient plutôt qu'il est favorisé par la familiarité du participant avec l'espace et la fréquence à laquelle il s'y rend (Fontaine, 1992; Witmer et Singer, 1998).

Selon Schaeffer, la beauté et le réalisme de l'environnement d'un jeu vidéo encourage l'immersion (1999, p.179). Or, le dispositif de réalité virtuelle présente aussi un environnement panoramique plausible qui est modulable aux mouvements du participant. Witmer et Singer (1998), Kim et Biocca (1997), de même que Sadowski et

Stanney (2002), stipulent également que la présence augmente avec le degré de réalisme de l'espace représenté. D'après Ryan, l'immersion fictionnelle de type diégétique liée à l'« exploration spatiale » s'actualise lorsqu'une quantité importante d'informations fait naître, chez le participant, un sens du lieu (Arsenault et Picard, 2011, p. 12).

Dans la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360*, l'exploration de l'espace est limitée pour le participant qui peut uniquement bouger sa tête à 360 degrés et voir le salon d'un appartement sous différents angles. Cette restriction permet de minimiser le mal des transports qui affecte plusieurs personnes lors du port des casques de réalité virtuelle. Aussi appelée cinétose ou mal du transport, cette sensation de nausée est « souvent provoquée par les différences de perceptions entre ce que l'on voit et ce que l'on touche, différence que le cerveau humain a du mal à appréhender » (Belkaab, 2016). Malgré l'impossibilité de se mouvoir dans l'espace, le fait que le personnage du garçon disparaît à plusieurs reprises dans le hors champ pour ensuite revenir avec différents éléments (nourritures, bière) laisse croire que l'espace s'étend au-delà du champ de vision du participant. L'appartement semble appartenir à un jeune homme étudiant. Le décor est épuré : une bicyclette est accrochée sur le mur de gauche et une petite plante agrémenté le coin droit de la pièce. En tournant la tête vers la gauche, il est possible de discerner deux portes qui laissent supposer l'existence d'autres pièces au-delà de ce que nous apercevons. On s'imagine que la porte la plus proche du salon est celle de la chambre du jeune homme, car la deuxième est celle de la cuisine où le jeune homme va chercher la bière qu'il offre au personnage féminin.

Dans notre recherche, il s'agira donc de voir si l'aspect réaliste de l'environnement présenté dans *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360* confère à la capsule une crédibilité qui maximise le sentiment de présence du participant. Il s'agira, en outre, de voir comment le caractère nouveau de l'environnement virtuel, sa spatialité restreinte, l'impossibilité d'explorer l'univers diégétique en s'y déplaçant et les multiples

disparitions hors champ du personnage masculin influencent l'immersion des participants. Il sera, par exemple, intéressant de voir si les participants s'imaginent l'espace de l'appartement au-delà de ce qui leur est donné à voir.

2.4.6 Rôle de l'interface sur l'immersion

Si l'on se fie à certains auteurs, l'immersion sensorielle serait grandement influencée par l'interface graphique d'un environnement virtuel pouvant comporter, par exemple, des zones de texte, des icônes ou des menus (Riva et al., 2014, p.30). Plus l'interface graphique serait discrète, voire invisible, plus la possibilité de générer le sentiment de présence chez l'utilisateur s'actualiserait. Zahorik et Jenison sont aussi d'avis que l'immersion est liée à la transparence de l'interface, c'est à dire, l'absence d'informations inscrites qui se superpose à l'image (1998, p.88). Cela est probablement dû au fait que la présence renvoie à l'impression d'une expérience sans médiation dans le cadre de laquelle l'« individu tend à agir de façon "naturelle" à l'intérieur d'un monde virtuel et [à] oublie[r] l'interface » (Notre trad. Lombard et Ditton, 1997, p.8). Buscher, O'Brien, Rodden et Trevor affirment eux aussi que l'effacement de l'interface aide l'individu à s'immerger (2001, p. 80).

L'interface physique du dispositif (casque, clavier, souris, manette, etc.) peut également influencer l'immersion. D'après Riva et Ijsselsteijn (2003), le casque de réalité virtuelle a le potentiel d'engendrer un plus haut niveau de présence physique et psychologique chez l'individu pour deux raisons. D'abord, « la vision panoramique encourage le sujet à avoir une plus large vue de l'action » (notre trad., 2003, p.7). Ensuite, l'isolement du sujet par rapport à son environnement immédiat, grâce au casque et aux écouteurs, fait en sorte qu'il ne peut plus être distrait par les stimuli environnants :

La coupure du monde physique et de l'environnement réel diminue les distractions/conflits et encourage le sentiment de présence dans l'environnement

virtuel présenté par le dispositif de réalité virtuelle, facilitant l'immersion. (notre trad., 2003, p.4)

Riva et Ijsselsteijn notent que l'isolement par rapport à l'environnement physique encourage une inclusion dans le contenu virtuel et augmente la possibilité d'une interaction naturelle dans l'espace créé virtuellement, pouvant mener à l'immersion (2003, p.8).

Dans notre recherche, il s'agira donc de voir si l'interface graphique complètement transparente et épurée de la capsule *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360*, de même que le casque avec écouteurs permettant l'isolement du participant des stimuli extérieurs, favorisent l'immersion du participant. Il s'agira également de voir si le fait que les autres sens du participant ne sont pas stimulés nuit à son immersion sensorielle. Alors qu'il existe peu de recherche sur cette dimension, nous pensons qu'il est pertinent d'observer comment l'absence du contact physique influence l'expérience des participants. Lorsque le garçon touche la cuisse du personnage féminin que le participant incarne, l'absence du toucher est-elle remarquée ?

2.4.7 Rôle des personnages sur l'immersion

La présence de personnages complexes et bien développés peut, pour sa part, influencer l'immersion fictionnelle. Dans leur recherche, Lombard et Ditton (1997) étudient la présence à travers deux catégories : physique et sociale. Pour eux, la présence physique est le sentiment « d'être là » dans un espace médiatique, alors que la présence sociale est le sentiment « d'être là » avec d'autres humains ou personnages dans l'environnement virtuel. Les auteurs se réfèrent à une recherche menée au *Center for the Study of Language and Information*, à Stanford University, qui démontre que la relation « humain-humain » peut être répliquée dans une relation « humain-ordinateur », malgré la médiation de l'interface (Nass, Lombard, Henriksen et Steuer, 1995, p.9). À l'intersection des catégories physique et sociale émerge la coprésence,

qui est définie comme le sentiment d'être en interaction avec d'autres individus dans un espace partagé. Riva et Ijsselsteijn (2003) défendent aussi la pertinence du concept de coprésence en lien avec les caractéristiques du média utilisé, soit la forme et le contenu. La coprésence se réaliserait lorsque le participant reconnaît partager l'environnement avec un autre individu ou un autre objet d'apparence réaliste.

Du côté des études sur le jeu vidéo, on remarque qu'en s'identifiant à l'objet ou au personnage, l'utilisateur peut transférer ses affects du monde « réel » au monde « virtuel ». Arsenault et Picard croient, pour leur part, que l'identification et l'attachement émotionnel envers le personnage représenté encouragent le sentiment d'immersion fictionnelle de type identificatrice (2011, p.3) et que « l'immersion identificatrice » repose surtout sur le type de point de vue et le type de personnage-joueur. Le point de vue à la troisième personne et la présence d'un avatar fortement caractérisé, que le joueur a tendance à considérer comme une entité séparée, suscitent une identification similaire à celle du spectateur de cinéma, qui est basée sur l'empathie tout en maintenant l'altérité (Therrien, 2013, p.229). Dans un jeu, « [l']intensité et la durée de cette relation provoquent parfois des émotions complexes et profondes » chez le participant et un attachement réel au personnage (Arsenault et Picard, 2011, p.13). Une perspective à la première personne avec un avatar dit « coquille vide », qui a une personnalité peu développée ou qui est personnalisable, est pour sa part censée susciter une fusion identitaire entre le joueur et le personnage qui devient en quelque sorte l'extension de son corps (Therrien, 2013, p.227-235).

Nous chercherons donc à savoir si le point de vue à la première personne de la capsule *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360* et le peu de détails fournis sur le passé, la personnalité et le physique du personnage féminin qu'incarne le joueur encouragent le participant à se glisser dans la peau du personnage plutôt que de s'y identifier comme on s'identifie à un personnage de film. Nous tenterons de voir si le point de vue à la première personne amène le participant à sentir les émotions du

personnage comme siennes et ressentir encore plus l'empathie que lorsqu'il perçoit les émotions du personnage comme celles d'un autre.

2.4.8 Rôle de la narrativité sur l'immersion

Les éléments narratifs d'une production médiatique sont aussi considérés comme des facteurs d'immersion fictionnelle importants. Marie-Laure Ryan présente l'immersion narrative comme l'intérêt accordé au « développement du récit » pouvant être défini comme l'ensemble des événements fictionnels présentés en ordre chronologique ou non (Arsenault et Picard, 2011, p.12). L'immersion fictionnelle est favorisée par la crédibilité du récit et des événements qui s'y déroulent (Schaeffer, 1999, p.179). Dans un jeu vidéo, l'histoire scénarisée peut prendre deux formes : le *push narrative*, qui est imposé aux joueurs et qui présente l'information sous forme de cinématiques, de textes, ou de dialogues avec les personnages non joueurs, ou le *pull narrative*, qui encourage le joueur à chercher activement l'information concernant le récit en recueillant des indices et des objets (Levine (2008) dans Calleja, 2011, p.122-123). Selon Calleja, le *pull narrative* favoriserait un engagement plus profond avec le récit que le *push narrative*, dans la mesure où il donnerait plus de liberté aux joueurs. Les jeux qui permettent aux joueurs d'influencer le développement de l'histoire et de générer une riche alterbiographie⁴ au moyen de leurs actions auraient également un plus grand potentiel immersif. Par ailleurs, l'engagement narratif a plus de chance de se produire lorsque l'alterbiographie du personnage incarné par le joueur se mélange avec l'histoire scénarisée et lorsque le joueur se préoccupe des éléments narratifs et du sort de son personnage (2011, p. 131-133). Dans les jeux vidéo, la stratégie principale d'une immersion narrative consiste à « propose[r] une quête à accomplir » (2011, p.13). Pour

⁴ « L'alterbiographie est produite par l'interaction entre l'histoire générée par l'interprétation des événements, les occurrences au sein de l'environnement et les règles, personnages et objets rencontrés » (notre trad., Calleja, 2011, p.121-123).

que le joueur réalise sa quête, il doit rester attentif aux indices présentés dans l'environnement du jeu et à son récit.

La capsule de réalité virtuelle étudiée dans le cadre de notre recherche est entièrement sur un *push narrative* imposé au spectateur. Elle ne propose pas de quête et ne permet pas au participant de choisir la direction que pourrait prendre l'histoire, même si elle présente une histoire vécue à la première personne comme dans plusieurs jeux vidéo. Il sera donc intéressant de voir si la crédibilité du récit imposé est suffisante à l'immersion fictionnelle des spectateurs, en l'absence de la possibilité d'influencer l'histoire.

2.4.9 Rôle de l'interactivité sur l'immersion

Selon Witmer et Singer (1998), l'interactivité qui naît lorsqu'un système médiatique réagit aux actions faites par l'utilisateur est aussi un élément important en lien avec l'immersion. Par définition, l'interactivité est une transaction circulaire d'information entre deux systèmes, deux personnes, deux machines ou une personne et une machine (Landay, 2014, p.175). Elle permet un feedback continu qui aide le participant à focaliser son attention sur l'environnement numérique. L'interaction est un élément qui encourage le sujet à considérer l'objet de l'expérience et l'expérience elle-même comme réelle et cohérente : « Lorsque l'individu interagit directement, pas indirectement ou à distance avec l'environnement, il peut se sentir comme faisant partie de l'environnement » (notre trad., Witmer et Singer, 1998, p.227).

Puisque la capsule *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360* ne permet pas au participant d'interagir avec le personnage secondaire ou les objets de l'environnement ni de modifier le cours de l'histoire, nous voulons considérer l'influence que peut avoir l'absence d'interactivité sur le sentiment de présence de participants.

2.4.10 Rôle de la subjectivité et du contexte sur l'immersion

Enfin, nous croyons qu'il est important de reconnaître que l'effet de présence, l'illusion de réalité et le développement d'affects lors de l'utilisation d'un dispositif de réalité virtuelle dépendent de chaque individu et au contexte dans lequel se déroule l'expérience.

Nous sommes d'accord avec Riva pour dire qu'il faut éviter de faire preuve de déterminisme technologique et de croire que la réalité virtuelle génère nécessairement un sentiment de présence dès qu'un système permet d'interagir avec des personnes et des objets simulés (2003, p.29). Les recherches de Sheridan (1992-1996), comme celles de Witmer et Stinger (1997 ;1998), soulignent l'importance de la subjectivité et des attentes du participant sur son niveau de présence. Buscher, O'Brien, Rodden et Trevor soulignent plus précisément l'importance de l'expérience du participant dans le « transfert de perception » (2001, p. 83). D'après les auteurs, il faut de la pratique pour être apte à transférer ses affects dans un environnement virtuel. Selon Bouvier (2009), une perception positive de l'expérience incite le participant à évoluer dans l'environnement virtuel, aide sa compréhension des différents éléments présentés et peut encourager le sentiment d'empathie (2009, p. 68). Ermi et Mayra (2005), Witmer et Singer (1997), McGreevy (1992) et Fontaine (1992) s'entendent tous pour dire que l'immersion dépend des capacités du participant à focaliser son attention sur l'espace présenté au moment de l'expérience (2005, p.7). Autrement dit, le sentiment d'être « là » est non seulement influencé par les stimuli émis par le dispositif, mais aussi par la concentration (*focus*) du sujet qui fluctue constamment. Fontaine précise que le caractère nouveau et unique d'une expérience permet à l'utilisateur d'être plus attentif et de focaliser son attention (1992, p. 485).

La subjectivité du participant influence aussi l'immersion fictionnelle. Pour Schaeffer, la fiction est interprétée en fonction des affects, des perceptions et des valeurs du

lecteur/spectateur influencés par ses expériences antérieures (1999, p.177). Son regard est toujours biaisé par son état affectif, qui fluctue, pour sa part, au gré de ses interactions avec des situations, personnes ou objets du monde réel donnant lieu à des apprentissages qui évoluent constamment. Bref, tous ces auteurs avancent l'idée que le sentiment de présence dans un environnement virtuel ou une fiction repose en grande partie sur la subjectivité du participant et son niveau de familiarité avec le dispositif de réalité virtuelle. Nous sommes en accord avec cette perspective et souhaitons en tenir compte dans notre recherche.

Slater et Wilbur croient également que le transfert des affects au sein d'un espace virtuel est lié à l'espace physique dans lequel se trouve le corps de l'utilisateur au moment de l'expérience immersive (1996, p.242). Dans le cas de la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360*, l'expérience se fera individuellement sous une tente dans laquelle les participants ne sont jamais allés et où se trouve un espace pour s'asseoir. Par contre, les participants demeureront dans un espace public bruyant où les va-et-viens sont fréquents. Il sera donc intéressant de voir comment ce contexte de visionnement influence le sentiment de présence des participants et si ces derniers ont été distraits par leur environnement immédiat durant leur expérience en réalité virtuelle.

2.5 Rôle de l'empathie sur la sensibilisation

L'empathie est un terme couramment employé par les médias pour décrire l'effet d'une expérience en réalité virtuelle visant la sensibilisation du participant. Nous considérons donc la possibilité que l'empathie soit une caractéristique centrale au phénomène de sensibilisation. Notre définition de l'empathie est la suivante :

La double capacité d'avoir d'une part une représentation du fonctionnement mental et affectif de nos interlocuteurs, et d'autre part d'être en résonance avec

leurs états sensoriels et émotionnels pour nous permettre d'en être affectés. (Larousse, 2016).

L'empathie consiste donc à être sensible à la réalité de l'autre parce qu'on l'imagine momentanément comme sienne. Tisseron note qu'il y a trois étapes à l'empathie. La première est liée à l'identification et « consiste à comprendre le point de vue de l'autre, mais sans s'y perdre » (c'est l'empathie cognitive) ou encore « ce qu'il ressent (c'est l'empathie émotionnelle) » (2014, p. 55). La deuxième est liée à une réciprocité et une « reconnaissance mutuelle » qui implique de se mettre à la place de l'autre et comprendre que celui-ci a des droits et des besoins (2014, p.56). La troisième est l'intersubjectivité et revient à reconnaître que l'autre pourrait « m'éclairer sur des parties de moi-même que j'ignore » (2014, p. 57). En d'autres mots, l'empathie consiste à se projeter dans l'autre pour « découvrir à travers lui des différentes facettes se laisser transformer par celles-ci » (2014, p.57) par sa réalité et cette découverte.

Selon Schaeffer, l'empathie est accessible par différents canaux fictionnels. Elle se définit comme la capacité à ressentir les émotions, sentiments et sensations d'autrui et est a lorsque l'individu comprend intuitivement la situation dans laquelle l'autre est plongé (1999, p.92). L'empathie détient par ailleurs une fonction réflexive permettant à un individu de comprendre l'actualité affective qui l'habite grâce à sa projection dans le personnage fictif. Elle peut, à certains moments, agir comme miroir existentiel nous incitant à réfléchir sur la raison pour laquelle nous sommes au monde (1999, p.188).

Dans notre recherche, il s'agira de voir à quel point la sensibilisation à la cause du consentement sexuel est liée à l'empathie du participant envers le personnage féminin de la capsule à l'étude et de comprendre ce qui influence ce sentiment.

Pour ce faire, nous nous baserons sur les théories qui portent sur l'empathie virtuelle, les conditions nécessaires pour l'atteindre, de même que les éléments intrinsèques aux environnements virtuels pouvant l'influencer.

2.5.1 Rôle de l'immersion sur l'empathie

Selon Riva, Murray et Waterworth, il est préférable de se sentir présent dans un environnement virtuel pour ressentir de l'empathie envers les sujets représentés (2014, p.12). Plusieurs articles de journaux sur la capsule de l'ONU *Clouds Over Sidra* (2015), portant sur la crise des réfugiés syriens, présentent d'ailleurs de manière unanime la réalité virtuelle comme un outil de sensibilisation puissant, dans la mesure où son caractère immersif permet au public d'être touché par les personnages présentés (New York Times, 2015; C/NET, 2015; TECHCrunch, 2015; Wall Street Journal, 2015).

You feel as if you can smell the bread being baked in front of you at the camp's bakery. This is the powerful, immersive and deeply moving experience invoked by a ground breaking new film. As a way to create empathy with a subject, it's definitely a harbinger of things to come. (TECHCrunch, 2015)

De plus, ces articles présentent le dispositif de réalité virtuelle comme un outil permettant une proximité avec les individus vivant une situation difficile, telle que celle des réfugiés syriens. La réalité virtuelle serait potentiellement un « antidote pour la torpeur des couvertures médiatiques sans âme qui présentent des fléaux comme des épidémies et des désastres naturels » (notre trad., Wall Street Journal, 2015). Utilisée comme outil de sensibilisation, elle encouragerait le transfert des perceptions de l'utilisateur dans le contenu présenté et engendrerait davantage l'empathie du spectateur qu'un média traditionnel. D'après ces sources, la réalité virtuelle permettrait de partager l'expérience des personnages fictifs ou réels rencontrés grâce à la vision en première personne qui encouragerait le sentiment de présence chez les participants et une impression de proximité physique avec les personnages (The creators project, 2015). Puisque les journalistes se basent sur leur expérience personnelle avec le

dispositif de réalité virtuelle pour faire ces affirmations, il demeure toutefois important de confronter leur point de vue à ceux de plusieurs participants dans le cadre d'une recherche empirique.

2.5.2 Rôle de l'identification au personnage sur l'empathie

Les théories sur les jeux vidéo peuvent également être utiles pour comprendre les facteurs externes et internes influençant le sentiment d'empathie dans un environnement virtuel. La recherche de Brown et Cairns établit un lien entre l'immersion chez le joueur et son empathie envers les personnages joueurs et non-joueurs (2004, p.3). Pour Tordo, plus le joueur entretient un sentiment positif à l'égard du monde virtuel et de ses personnages, plus il lui sera possible d'être empathique envers ces derniers (2010, p.130). Dans les jeux vidéo, explique l'auteur, les joueurs ressentent une sorte d'« auto-empathie », dans la mesure où il se projettent dans l'avatar. Ce sentiment est non seulement favorisé par la possibilité de créer l'avatar, c'est-à-dire de « choisir ses formes physiques et ses caractéristiques psychologiques », mais également par la possibilité d'effectuer des actions en son nom dans un environnement virtuel et d'y intégrer une « part de sa subjectivité » (2010, p. 119-120). L'avatar peut, dans ces conditions, devenir un « reflet » du joueur (2012, p.120). Tisseron (2009) conçoit également que, dans les jeux vidéo à avatars personnalisables, le joueur arrive encore plus facilement à se mettre à la place du personnage, car il peut exprimer ses propres émotions et sa subjectivité.

D'après Grodal, le sentiment d'empathie est souvent éprouvé grâce à l'identification au personnage, puisque la fiction permet de vivre « certains éléments par procuration » (notre trad., 2000, p.201). L'auteur démontre que l'identification du joueur au personnage encourage une réaction parfois viscérale face à ce qui arrive au personnage (lorsqu'il est blessé par exemple). En d'autres mots, à partir du moment où il s'identifie au personnage, le joueur ressent davantage ses émotions et sensations par empathie

réflexe et peut se mettre à la place de celui-ci. Il peut réfléchir à l'action qu'il prendra en fonction de la situation du personnage fictionnel.

Dans notre étude, il sera intéressant de voir si l'impossibilité de personnaliser le personnage dans lequel les participants sont invités à se projeter nuit à l'identification et à l'empathie. Les hommes comme les femmes se trouveront, en effet, dans le corps d'une jeune femme recouverte d'objets symbolisant le sexe féminin dans la culture nord-américaine, tels que des bracelets, des colliers et des bagues. De plus, lorsque le participant bougera sa tête vers le bas, les courbes du corps de la jeune femme lui seront présentées comme les siennes. Il sera intéressant de vérifier si les participants féminins et masculins vivent cette identification différemment. Le fait de ne pas voir le visage de la jeune femme et ses expressions faciales aidera-t-il le participant à ressentir de l'empathie par projection ou si, au contraire, ne jamais croiser le regard du personnage court-circuitera le sentiment d'identification permettant l'empathie.

2.5.3 Rôle de la narrativité sur l'empathie

Selon Schaeffer, le niveau de sophistication de la narrativité est un autre élément important pouvant encourager l'empathie envers un personnage ou une action accomplie par celui-ci dans la fiction. La cohérence du récit est primordiale, peu importe le médium, pour déclencher une émotion (1999, p.197). Par contre, l'émotion suscitée par la narration ne relève pas nécessairement de l'empathie envers un personnage. L'émotion peut être provoquée par des éléments fictionnels sans personnage, par exemple « un paysage peint », alors que l'empathie est une « réaction affective forte » due à l'identification à un personnage (1999, p.186). Cette réaction est possible lorsque le participant est engagé avec des éléments fictifs qui se présentent comme réels et crédibles. Yannakakis et Paiva (2015) établissent aussi un lien entre les émotions déclenchées dans un jeu vidéo et les éléments liés à la narrativité. Le joueur

serait encouragé à ressentir de l'empathie devant les réactions des personnages non joueurs et les sons qu'ils émettent (2015, p.7).

Dans notre recherche, nous aimerions donc voir à quel point les éléments narratifs influencent non seulement l'engagement du participant et son sentiment de présence, mais aussi son empathie envers les personnages de la capsule présentée.

2.5.4 Rôle de la personnalité du participant sur l'empathie

Par ailleurs, l'empathie et la possibilité d'identification à un personnage sont propres à la personnalité de chaque individu. Selon Schaeffer, la capacité émotionnelle d'un individu envers des éléments narratifs repose sur son sens de l'imagination (1999, p.186). Tan (1996) et Zillman (1994) soulignent pour leur part l'importance d'une prédisposition à l'empathie pour ressentir cette émotion. L'empathie ne peut pas être ressentie naturellement envers tous les personnages fictifs : « Affective dispositions toward persons or their personas virtually control empathy » (Zillman, 1994, p.44). Dans leur étude, Witmer et Singer (1998) évaluent la prédisposition empathique de leurs participants en fonction de la fréquence à laquelle ils se sont impliqués émotionnellement lors de leurs expériences avec des fictions. Moins de la moitié des gens faisant partie de leur échantillon avait cette prédisposition.

Bref, nous croyons que les facteurs influençant l'immersion et l'empathie abordés par les auteurs, tels que la subjectivité, la reconnaissance, l'identification, l'interaction, l'attention focalisée et l'expérience considérée comme positive, sont tous à considérer dans le cadre de notre recherche. Nous aimerions voir à quel point l'empathie est relative au sentiment de présence et aux éléments représentés dans l'environnement virtuel et à quel point la prédisposition du participant à ressentir de l'empathie a un rôle important à jouer.

CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE

Pour comprendre comment une expérience avec un dispositif de réalité virtuelle peut sensibiliser à une cause, possiblement en suscitant l'immersion et le sentiment d'empathie, nous avons réalisé une étude de réception auprès de 15 cégépiens qui ont visionné la capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? Le visionnement en 360*. Dans ce chapitre, nous expliquerons l'approche exploratoire sur laquelle se fonde cette recherche et justifierons notre choix de capsule avant de décrire notre processus de recrutement, notre questionnaire d'entrevue et notre méthode d'analyse des données recueillies.

3.1 Approche exploratoire qualitative

Puisqu'il existe peu d'écrits sur le sujet de la sensibilisation au moyen de la réalité virtuelle, nous préconisons une approche exploratoire qualitative. Cette approche ne nous permettra pas de vérifier l'hypothèse selon laquelle la réalité virtuelle permet de sensibiliser à une cause sociale en suscitant l'immersion et le sentiment d'empathie, mais nous permettra possiblement d'émettre un certain nombre d'hypothèses pour qu'elles soient mises à l'épreuve dans le cadre de recherches ultérieures. Mongeau remarque que les recherches portant sur une nouvelle technologie de communication suivent souvent une approche exploratoire, car elle vise à mieux comprendre des situations encore « relativement confuse[s] ou mal comprise[s] » sur lesquelles il existe

peu de recherches (2008, p.30 et 34). Selon Mongeau, l'approche exploratoire permet de découvrir un « phénomène peu exploré » et approfondir notre compréhension de ce phénomène (2008, p.34). D'après Van Der Maren, la recherche exploratoire est reconnue pour son adaptabilité :

[Elle] permettrait ainsi de baliser une réalité à étudier ou de choisir les méthodes de collecte des données les plus appropriées pour documenter les aspects de cette réalité ou encore de sélectionner des informateurs ou des sources de données capables d'informer sur ces aspects (1995, cité dans Trudel et al., 2007, p.39).

Cette approche flexible nous semble donc la méthode appropriée pour étudier l'expérience de participants volontaires avec une capsule de réalité virtuelle visant la sensibilisation.

3.2 Choix de la capsule à l'étude

D'après Statistique Canada, le harcèlement sexuel est vécu par une femme sur cinq. C'est donc dire que 20% des femmes canadiennes se trouvent dans une situation de harcèlement –considéré comme un acte criminel– à un moment dans leur vie. De toutes ces femmes, seulement 38% rapportent l'incident. Ces chiffres accablants mettent en évidence la nécessité de trouver des moyens de conscientiser la population canadienne à cette cause et de développer des outils pour que les hommes et les femmes soient davantage en mesure de détecter un malaise chez leur partenaire ou de savoir comment réagir dans de telles situations. C'est la raison pour laquelle la capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360* a été créée par l'organisme à but non lucratif Y des femmes. D'après Alexandra Pelletier, agente de projets aux services jeunesse parlant au nom du Y des femmes, la capsule « cherche à sensibiliser la population à un problème social actuel. Le consentement sexuel est un thème avec plusieurs nuances et il faut démystifier ses subtilités afin de promouvoir des relations saines chez les jeunes ». En explorant les possibilités et bénéfices des plus récentes

technologies de réalité virtuelle, elle permet aux participants de « se mettre dans les souliers d'une victime ». Toujours selon Alexandra Pelletier, la capsule encourage par le fait même une conscientisation et facilite le sentiment d'empathie envers les personnes vivant une situation délicate comme celle-ci ». De plus, la pertinence de sensibiliser au consentement sexuel et d'informer les jeunes de l'existence de cette problématique est, à notre avis, indéniable, surtout dans le contexte actuel (janvier 2018) où des milliers de personnes ont recours au #MeToo pour dénoncer ce phénomène. Puisque la capsule aborde un sujet important qui nous tient à cœur et puisqu'elle était présentée à proximité de Montréal durant une période qui correspondait à celle de notre collecte de données, elle nous semblait l'objet tout désigné pour répondre à notre question de recherche : dans quelle mesure les capsules de réalité virtuelle mettant en scène des problématiques sociales détiennent le potentiel de sensibiliser les gens et d'encourager un changement d'attitude ou de comportement en lien avec la cause présentée ?

3.3 Recrutement des participants

De septembre 2016 à mars 2017, le Y des femmes⁵ a effectué une tournée dans différentes écoles, organismes et cégeps de Montréal et ses environs, pour présenter sa capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360*, afin de sensibiliser les jeunes à l'importance du consentement sexuel. Trois tentes étaient installées dans ces lieux publics pour que les participants puissent visionner la capsule sur le *Samsung Gear VR* en toute intimité. Les intervenantes du Y des femmes avaient comme mandat de présenter leurs projets sans sollicitation, en donnant le choix aux

⁵ Le Y des femmes est une organisation communautaire œuvrant depuis 1972 à Montréal. Leur mission est de lutter contre l'exclusion et les inégalités sociales des sexes et l'ensemble des violences faites aux femmes et aux filles. La campagne « Connais-tu la limite – Le consentement en 360 » est une activité de sensibilisation publique qui opère légalement lors d'invitations dans les établissements participants. Delphine Berger et Alexandra Pelletier agentes de projet au services jeunesse, depuis septembre 2016, invite les volontaires à vivre une expérience de réalité virtuelle.

passants de participer ou non. Nous les avons accompagnées, en mars 2017, durant leurs visites au Cégep Saint-Laurent et au Cégep de Sherbrooke afin de recruter des participants à notre recherche qui accepteraient de répondre à une trentaine de questions ouvertes sur leur expérience avec la capsule dans le cadre d'une entrevue téléphonique. Pour faciliter le processus de consentement, les mineurs ont été exclus de l'échantillon. Un total de 15 cégépiens francophones entre 18 et 25 ans ont accepté de participer à la recherche : 9 filles, 5 garçons et une personne qui s'identifie comme « ni-homme, ni-femme, mais androgyne ». Notre échantillon de participants est donc non probabiliste et contextuel au site où nous avons effectué le recrutement sur une base volontaire. Puisque notre recherche ne vise pas à valider ou invalider une hypothèse, notre échantillon proportionnel n'a pas besoin d'être représentatif de la population des cégépiens (Vilatte, 2007, p.8). La recherche exploratoire étant relativement flexible quant au nombre de participants à retenir (Mongeau, 2008, p.93), nous nous sommes limitées à la réalisation de 15 entrevues ; ce qui nous semblait largement suffisant pour faire des découvertes intéressantes et élaborer des hypothèses.

3.4 Considérations éthiques

Lors du recrutement, nous avons donné aux participants toute l'information dont ils avaient besoin pour ne pas se sentir lésés et pour prendre une décision éclairée, sans leur mettre de pression. Nous leur avons indiqué à maintes reprises qu'ils n'étaient pas obligés de participer, de répondre à toutes les questions ou encore de poursuivre leur participation et nous leur avons fait signer un formulaire de consentement. Le fait que les intervenantes qualifiées du Y des femmes étaient sur place pour présenter les risques liés au visionnement de la capsule et pour fournir un soutien psychologique professionnel aux participants qui ressentaient un malaise par rapport à son contenu nous a beaucoup facilité la tâche. Par ailleurs, les tentes du Y des femmes étaient ouvertes à n'importe quel individu qui désirait faire l'expérience en réalité virtuelle et

nous avons offert à tous les participants que nous avons croisés de participer à notre étude. Les participants avaient donc tous une « chance égale d'être choisis » (Vilatte, 2007, p.7). De plus, par soucis éthiques, nous référons aux participants par les pseudonymes qu'ils ont choisis, afin d'assurer le respect de leur anonymat. Le certificat éthique que nous avons obtenu pour mener cette recherche se trouve en annexe 2.

3.5 Construction du questionnaire et collecte de données

Notre questionnaire (figurant en annexe) a été construit à partir des dimensions abordées dans notre cadre théorique (la sensibilisation, communication à deux étages, immersion, spatialité, interface, personnage, interactivité, narrativité, subjectivité et contexte de visionnement, empathie et identification) et de la méthodologie proposée par Jean Christophe Vilatte (2007). D'après l'auteur, l'objectif du questionnaire est de chercher des réponses aux questions qu'on se pose (2007, p.5). Ainsi, le questionnaire que nous avons élaboré comporte des questions qui nous permettent d'en apprendre plus sur l'expérience subjective des participants avec la capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360*. Il est composé de 49 questions ouvertes auxquelles les participants ont répondu en une trentaine de minutes lors d'un entretien téléphonique. Nous nous sommes entre autres inspirées des questions de Witmer et Singer (1998) parues dans leur article « Measuring Presence in Virtual Environments ». Contrairement à ces auteurs, nous avons toutefois préconisé une approche qui encourage les participants à s'exprimer pour tenter de comprendre leur point de vue sur l'expérience qu'ils ont vécue et leur opinion vis-à-vis des différentes dimensions reliées à cette expérience. D'après Vilatte, l'avantage des questions ouvertes est qu'elles sont plus motivantes pour le sujet questionné et peuvent faire « apparaître des informations auxquelles on n'aurait pas pensé ». Elle permet également « de rattraper des outils, de pallier l'inefficacité de certaines questions mal formulées » (2007, p.16). Notre objectif, en composant des questions ouvertes, est de permettre aux participants de

répondre librement, sans être contraints. Chacune des questions (figurant dans la colonne de gauche du questionnaire) est liée à une caractéristique que nous souhaitons explorer (figurant dans la colonne de droite correspondante). Avant d'être utilisé pour faire les entrevues avec les participants, notre questionnaire a été approuvé par l'intervenante et la psychologue qui travaille dans l'équipe du Y des femmes, de même que par le comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants de l'UQAM, CERPE.

3.6 Compilation et analyse des réponses

Une fois les entrevues complétées, enregistrées sur *Quicktime Player* et retranscrites sous forme de verbatim, nous avons effectué une analyse des réponses aux questions concernant chaque dimension et sous-dimension décrite dans notre cadre théorique. Pour ce faire, nous avons lu les verbatims d'entrevues plusieurs fois pour identifier les réponses récurrentes d'un participant à l'autre et élaborer, à l'aide du logiciel *Nvivo*, différentes catégories de réponse appelées « nœuds », dimensions et sous-dimensions dans lesquelles nous avons classé les propos des participants. Ce logiciel nous a simplifié la tâche en nous permettant, par exemple, de lier une réponse à différentes dimensions ou sous-dimensions lorsque le participant s'étendait sur un autre sujet que celui abordé par la question. Notre plus grand défi fut de choisir dans quelle catégorie classer les réponses ambiguës, voire contradictoires, de certains participants. Lorsqu'un sujet se contredisait dans ses propos, nous avons relu ses réponses aux autres questions pour mieux comprendre son point de vue global et lorsqu'il nous semblait impossible de trancher sur son opinion par rapport à une caractéristique nous avons créé une catégorie de réponse « ambivalente ». Durant l'analyse, de nouvelles sous-caractéristiques ont émergé. Pour ce qui est de la dimension spatialité, par exemple, il nous a semblé pertinent, à la lumière des réponses des participants, d'ajouter la sous-dimension « familiarité avec l'environnement ».

En classant les différentes perspectives des participants, il nous a été possible de mieux comprendre leurs expériences avec le dispositif de réalité virtuelle et son contenu, de même que les différents facteurs ayant potentiellement encouragé la sensibilisation, l'immersion et le sentiment d'empathie. Cette méthode nous a permis, en fin de parcours, d'émettre des hypothèses sur le potentiel de sensibilisation d'une capsule de réalité virtuelle et sur l'influence de différentes caractéristiques internes et externes aux capsules de sur ce potentiel.

CHAPITRE 4

ÉTUDE DE RÉCEPTION

La section suivante présentera les réponses des participants aux entrevues menées avec 15 étudiants et étudiantes du Cégep de Sherbrooke et du Cégep Saint-Laurent. Nous avons posé aux participants plusieurs questions construites à partir des dimensions présentées dans notre cadre théorique (voir questionnaire en annexe 1). Par la suite, nous avons analysé les verbatims à l'aide du logiciel *Nvivo*, dans le but de créer des catégories de réponses spécifiques à chacune des questions posées pour déterminer si les participants ont été sensibilisés au consentement sexuel grâce à la capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? – Le consentement en 360* du Y des femmes et pour mieux comprendre l'impact de diverses dimensions intrinsèques ou non à la capsule sur l'immersion, l'empathie, l'identification et, ultimement, la sensibilisation de nos participants.

4.1 Sensibilisation des participants

Nous avons d'abord cherché à savoir si la capsule *Connais-tu la limite – Le consentement en 360* avait sensibilisé les participants à l'importance du consentement sexuel. Pour ce faire, il nous semblait primordial de leur demander s'ils étaient familiers avec cette cause avant leur visionnement de la capsule. Au Cégep de Saint-Laurent, la majorité des participants n'avait jamais entendu parler de l'importance du consentement sexuel dans un contexte scolaire ou dans un autre contexte, jusqu'à ce

que le Y des femmes annonce sa présence par le biais d'affiches deux jours avant la présentation de la capsule :

À partir de lundi jusqu'à aujourd'hui (mercredi). Même en allant aux toilettes, il y avait une affiche devant moi sur la porte. Je les lisais parce qu'elles étaient dans des endroits évidents : porte de toilette, porte d'entrée, etc. Elles étaient placées dans des endroits stratégiques pour qu'on les voit. Mais, à part la semaine passée, je te dirais que je n'en ai pas entendu vraiment parler. Je me rappelle que je n'en ai pas vraiment entendu parler non plus à l'université, à l'UdeM. (Ely)

Toutefois, tous les étudiants et étudiantes du Cégep Saint-Laurent disaient déjà comprendre l'importance d'un accord entre deux partenaires sexuels avant leur participation à l'expérience. Quant aux étudiants et étudiantes du Cégep de Sherbrooke, tous ont indiqué qu'ils étaient déjà conscientisés et informés sur le consentement sexuel avant le visionnement de la capsule, entre autres parce qu'une campagne de sensibilisation intercollégiale, nommée « ni-viande ni-objet » et ayant pour mission de sensibiliser les jeunes à l'importance de respecter leur limite et les limites de leur partenaire, se déroule en permanence au cégep depuis septembre 2017. Le Y des femmes était d'ailleurs invité à présenter sa capsule de réalité virtuelle dans le cadre de cette campagne. Jérémie, Cam et Alexandra avaient participé aux ateliers, activités et conférences que le comité responsable organise pour encourager un dialogue sur ce sujet : « "Ni viande ni objet", c'est plein de messages, une campagne faite par le Cégep et par l'association étudiante : des bannières, des affiches avec des slogans, des images choquantes » (Cam).

La grande majorité des participants des deux cégeps, surtout ceux du Cégep de Sherbrooke, ont donc affirmé que leur opinion sur le sujet n'a pas changé suite au visionnement de la capsule, puisqu'ils ont toujours reconnu l'importance du consentement entre deux personnes, qu'ils décrivent à l'aide des expressions suivantes : « Ton choix » (Milka), « Pas de pression » (Mélanie), « Demander à la personne si ça lui tente » (Ely), « Les deux doivent être d'accord » (Mohammad),

« Une loi » (Jean-Xavier), « Liberté d'une personne » (Emie), « Règle à respecter » (Nini), « Les parties se sentent à l'aise à travers ça » (Jérémie). Pour certains, la capsule a toutefois fourni l'occasion d'approfondir leur connaissance de cette problématique et de la voir d'un autre œil en l'expérimentant plus directement. Même si Mohammad, Milka et Yasmine se considéraient déjà sensibilisés en théorie au consentement, la capsule du Y des femmes leur a permis de mieux comprendre ce que l'on peut ressentir lors d'une situation de non-consentement : « Je pense que j'avais compris le concept théoriquement, mais en pratique, ce que ça fait émotionnellement, je l'ai plus compris en écoutant la capsule » (Yasmine).

Les participants semblaient aussi d'accord pour dire qu'il faut continuer à présenter des campagnes de sensibilisation sur ce sujet dans les écoles secondaires et les cégeps, puisque c'est une situation présente et récurrente chez plusieurs jeunes de leur âge. Yasmine, par exemple, expliquait que les jeunes adultes entre 18-21 ans ne savent pas trop comment poser leurs limites et sont parfois gênés de s'affirmer. Elle croit donc qu'il faut plus de conscientisation à ce sujet. Mélanie était d'avis que les associations étudiantes des cégeps devraient consacrer davantage d'efforts de conscientisation sur ce sujet qu'elle trouve très « important ». Pour Ély, le visionnement de la capsule devrait même être obligatoire puisque « ça serait bien de sensibiliser les gens qui ne sont pas allés ou qui n'ont pas vu que le visionnement de la capsule se passait ». Selon lui, on « devrait toujours en parler, pas juste une semaine parce que c'est la semaine de la sensibilisation ».

Environ un tiers des participants semblent avoir compris, par l'entremise de la capsule, que le consentement sexuel peut faire défaut même lors d'une rencontre anodine entre deux personnes qui se connaissent et qui sont attirées l'un envers l'autre. Alexandra et Jérémie, par exemple, trouvaient la capsule suffisamment réaliste et nuancée pour comprendre le caractère potentiellement ambigu d'une situation où le consentement sexuel est remis en cause : « Je réalise, en regardant des trucs comme ça, que même si

ce n'est pas aussi grave que se faire violer, c'est tout aussi important de tenir compte de ça ». Quant à Jérémie, il se sentait mal à l'aise de se retrouver dans une situation réaliste et a réalisé qu'une situation « banale ou banalisée » où le consentement n'est pas respecté peut susciter des émotions intenses, même si elle ne va pas « jusqu'à un viol ». Le caractère plus « normal » de la situation présentée par la capsule l'incitait à se poser des questions sur le consentement et engendrait des débats avec ses amis sur la définition de la limite. Mélanie et Yasmine trouvaient, quant à elles, la situation dépeinte dans la capsule probable et représentative des réactions que certaines jeunes filles « plus gênées ou timides » peuvent avoir, malgré le fait qu'elles n'auraient « pas réagi comme ça » à la place du personnage féminin. La capsule semble donc avoir aidé ces participants à comprendre que les situations où le consentement est remis en cause sont parfois plus subtiles qu'on peut se l'imaginer.

À l'inverse, certains participants ne jugeaient pas la situation représentée dans la capsule problématique. Pour Cam et Nini, par exemple, la situation n'était « pas si pire ». Cam disait s'attendre à quelque chose de plus grave, alors que Nini avait l'impression que « c'était une question de perspective ». Jean-Xavier remettait également en question la gravité de la situation qu'il estimait somme toute assez « banale » :

Cette capsule-là, je l'ai trouvée, c'était le fun, mais ça manquait un peu d'intensité. Pour moi, il n'y a rien qui s'est passé, à part une mise au clair entre deux personnes qui est vraiment bizarre comme situation. Mais tu t'attends à ce que ce soit bizarre. Personne n'a fait de quoi de grave, en tout cas, selon moi. Pour aller chercher un public et leur faire comprendre, ça leur prend une raison de se rappeler de quoi. Alors ce manque d'intensité n'était pas grave, mais a fait en sorte que la capsule était moins mémorable. (Jean-Xavier)

Dans le même ordre d'idées, nombreux étaient ceux qui soulignaient le manque de clarté des intentions du personnage féminin durant l'échange avec le personnage masculin. Nini ressentait de « l'incompréhension envers ce que la fille voulait

réellement. Elle disait "oui", après elle disait "non" ». Benito reprochait, pour sa part, à la fille d'envoyer des messages contradictoires à son partenaire : « À mon avis, elle s'est laissée embrasser après lui avoir dit "non". Et quand tu dis "non", ne fais pas comme si "oui" ». Mohammed abonde dans le même sens : « Elle ne dit pas "lâche-moi", juste "non". Il n'y avait pas trop de, comment dire, de vraies réponses ». Jean-Xavier, Jean et Ely ont, quant à eux, jugé la réaction de la jeune femme « insuffisante », « pas assez ferme » ou « manquant de clarté ». Une meilleure réaction de sa part aurait permis aux deux personnages d'éviter une situation embarrassante qui repose, aux yeux de ces trois participants, sur un manque de communication de la part du personnage féminin plus que sur un manque de délicatesse de la part du personnage masculin. Jean-Xavier a également reproché au personnage féminin de ne pas avoir suffisamment anticipé la situation :

Elle prend son cellulaire et elle écrit à son amie "il veut coucher avec moi". Alors moi, je me disais, bon tu sais vers quoi ça s'enligne, ce n'est pas comme si c'est arrivé de nulle part. (Jean-Xavier)

Jean-Xavier trouvait les agissements du jeune homme plus cohérents, puisqu'il « ne montrait aucune autre intention depuis le début ». Emie considérait, pour sa part, que la capsule faisait réfléchir sur la manière de réagir à éviter pour une femme dans une situation similaire : « je resterais plus sur ma position et je passerais mon message plus clairement et plus tôt ». Roxanne, elle, disait se reconnaître dans ce personnage et ne pas la juger, même si elle n'a pas su s'exprimer avec suffisamment de fermeté :

Je ne veux pas condamner ça, je veux dire absolument pas. Je l'ai déjà fait moi aussi pis j'ai « *feelée* » mal par après... mais je pense qu'elle aurait dû dire dès le départ « écoute-moi : non, je ne t'embrasse pas rien ». (Roxanne)

Ces participants semblent donc retenir de la capsule l'idée qu'il est important de poser ses limites avec fermeté. Plus rares sont toutefois ceux qui tirent la conclusion qu'il est possible d'embrasser quelqu'un sans vouloir aller plus loin ou encore, qu'il ne faut

jamais insister pour avoir des rapports sexuels et demeurer attentifs aux signaux qu'envoie son partenaire. Seule Alexandra semble admettre la possibilité que la jeune femme veuille embrasser le garçon sans coucher avec lui.

Bref, les participants étaient majoritairement réceptifs à la cause présentée par le Y des femmes et reconnaissent la pertinence de la capsule dans un contexte cébécois. Puisque la plupart des participants disaient avoir une connaissance préalable de ce qu'implique un consentement entre deux personnes avant le visionnement de la capsule, il est difficile d'évaluer son impact sur leur conscientisation. Chez un tiers des participants, l'expérience avec la capsule semble néanmoins avoir suscité une réflexion sur le type de situation qui peut relever d'un manque de consentement ou sur l'importance de poser ses limites avec clarté lors d'un rapprochement intime. Par contre, la capsule ne semble pas avoir réussi à convaincre tous les participants de la gravité de la situation représentée ni de l'importance de demeurer à l'écoute des moindres signes de refus d'une personne en situation d'intimité.

4.2 Rôle du contexte de réception sur la sensibilisation

Le contexte scolaire dans lequel a été présentée la capsule de réalité virtuelle du Y des femmes semble avoir eu un certain impact sur la perception de la situation représentée chez les participants.

Mise à part la présence de la campagne de sensibilisation permanente « Ni viande ni objet » au Cégep de Sherbrooke, le contexte de visionnement était similaire dans les deux établissements où nous avons recruté nos participants. Au Cégep de Sherbrooke, des membres de l'association impliqués dans la campagne permanente « Ni viande, ni objet » s'étaient placés à proximité du kiosque pour distribuer des dépliants et répondre aux questions des étudiants suite à leur expérience avec la capsule. Au Cégep de Saint-

Laurent, des dépliants étaient distribués par les intervenantes du Y des femmes qui répondaient aux questions des étudiants. Lors de l'installation du casque de réalité virtuelle sur la tête des participants, les intervenantes du Y des femmes présentaient les risques liés à la capsule, incluant la possibilité de ressentir le mal des transports, d'être incommodé par le casque ou d'être troublé par le contenu : « Il est possible que tu trouves la scène très réaliste, que tu ne te sentes pas bien », expliquait l'une des intervenantes avant d'indiquer au participant qu'il pouvait mettre fin à l'expérience de visionnement à n'importe quel moment.

Ce contexte semble avoir contribué à orienter l'horizon d'attentes de plusieurs participants des deux cégeps. Ély, Jasbat, Mélanie, Roxanne, Jérémie et Alexandra ont tous mentionné que le discours de mise en garde des intervenantes « enlevait un peu la surprise » du dénouement de la capsule (Roxanne). Pour Mélanie, il semblait clair que le Y des femmes cherchait à protéger « les gens qui ont des blessures émotionnelles » et donc que la capsule « n'allait pas se rendre à un point où l'on présenterait de la violence » et que ça ne serait pas « super intense ». La mise en garde du Y des femmes a par contre eu l'effet contraire sur d'autres participants, tel que Jean-Xavier, qui s'attendaient à voir une situation plus intense. Ceci pourrait d'ailleurs expliquer en partie pourquoi certains participants disaient ne pas trouver si grave la situation représentée dans la capsule. Il est finalement intéressant de noter que les étudiants du Cégep de Sherbrooke, ayant au préalable été sensibilisés au consentement sexuel par la campagne « Ni viande ni objet », ils s'attendaient davantage à un dénouement bien pire que ceux du Cégep de Saint-Laurent.

4.3 Rôle de l'entourage sur la sensibilisation

Nous avons cherché à savoir si la perception des participants de la situation représentée dans la capsule avait été influencée par le discours d'un membre de leur entourage ou

si, à l'inverse, les participants avaient sensibilisé des proches à l'importance du consentement sexuel suite à leur visionnement de la capsule, tel que le suggère pour faire écho aux théories de la réception (Staiger, 2005). Nous nous sommes rendues compte que ce fut le cas pour certains participants.

Plus de la moitié des participants disent avoir discuté du contenu de la capsule avec des proches ou des amis. Lors de ces discussions, certains ont souligné l'« originalité » du format (Jasbat), alors que d'autres critiquaient le manque de clarté de la jeune femme. Jérémie a admis que la capsule a déclenché des « débats amicaux » avec ses proches. Sa perception du réalisme de la situation dépeinte par la capsule pourrait d'ailleurs avoir été influencée ou renforcée par le discours d'un ami qui avait aussi visionné la capsule :

On a partagé les malaises qu'on avait vécus à avoir été mis dans la position d'une personne dont le consentement n'avait pas été demandé. Mon ami avait fait le commentaire que ça avait été particulièrement bien justement parce que c'était une situation réaliste qui n'allait pas dans des proportions démesurées, donc ça nous permettait de faire la part des choses. (Jérémie)

Environ un tiers des participants a fortement encouragé leurs amis et leur famille à « essayer la capsule » (Ely) et à vivre « l'expérience » proposée par le Y des femmes (Roxanne). À la suite d'une conversation sur la capsule avec des membres de leur entourage, certains sont venus à la conclusion que l'expérience devrait être proposée à des gens « plus jeunes » (Mélanie) et devrait être « obligatoire » (Emie), puisqu'elle est unique et donne le « goût de la partager » (Yasmine). Alexandra a, pour sa part, essayé de convaincre son copain (ayant lui aussi visionné la capsule) que le personnage masculin était fautif, en lui remémorant leurs premiers rapprochements :

Lui, il expliquait que la fille n'était pas claire : « la deuxième fois tu dis non pis tu t'en vas tout de suite ! », pis moi je lui expliquais que : « nous la première fois

qu'on s'est embrassé, je n'avais pas le goût de coucher avec toi pis tu n'as pas essayé non plus, alors le gars dans la capsule a clairement mal agi. (Alexandra)

Alexandra ne semble toutefois pas avoir convaincu son copain Jean-Xavier. En effet, celui-ci a également parlé de la capsule avec d'autres étudiants du Cégep de Sherbrooke qui l'ont visionnée et qui semblent avoir conforté ses premières impressions :

On en a discuté, on était pas mal tous d'accord qu'il ne s'était rien passé de grave. En partant, quand on regarde une vidéo sur le consentement sexuel (rire), le premier réflexe est : « il s'est passé quelque chose de vraiment grave ». Ouais, elle s'est fait toucher, mais en même temps, on ne peut pas dire... On était tous d'accord pour dire que c'était juste une mise au point qui était en train de se passer, et pas nécessairement de quoi de grave. (Jean-Xavier)

Certains participants ont trouvé le fait de partager leur expérience avec des proches enrichissant, car cela permettait d'ouvrir un dialogue sur un sujet délicat. Mohammad, qui n'avait encore jamais vécu de relation amoureuse, a décidé, suite à l'expérience, d'entamer une discussion avec sa grande sœur qui lui a fait prendre conscience de l'existence de ces situations dans le monde réel. En effet, sa sœur trouvait cette situation qui était « très présente dans son entourage. Elle racontait des cas où ça s'est vraiment passé ». Pour Milka et Mélanie, discuter avec leurs amis masculins qui ont visionné la capsule leur a permis de prendre connaissance du point de vue du sexe opposé et a contribué à renforcer leur propre opinion sur la situation et partager des réflexions sur des pistes d'actions à entreprendre. En effet, leurs amis masculins se sont exprimés sur le sentiment de se retrouver dans le corps d'une fille et ont trouvé la situation à la fois « intéressante » et « inconfortable » : « [mon ami] était gêné, il disait qu'il ne comprenait pas comment le gars agissait et se sentait mal pour la fille » (Milka). Mélanie considère que la conversation avec son ami lui a aussi fait remarquer qu'il « fallait mettre des efforts là où le militantisme n'est pas très actif et où les gens n'entendent pas souvent parler du consentement parce que c'est dans ce genre d'endroit où ces choses arrivent souvent ». Benito est, pour sa part, d'avis que ce n'est pas tant la capsule qui conscientise que le fait d'avoir « des conversations avec ses

amies par la suite, pouvant peut-être aider à réaliser que son opinion par rapport à ça n'est pas la bonne ».

Néanmoins, la totalité des participants à notre recherche a indiqué ne pas avoir modifié leur point de vue sur la capsule suite à leurs discussions à son propos avec les membres de leur entourage. Certains semblent toutefois avoir renforcé leur point de vue en discutant avec des gens qui partageaient leur opinion, il est plus facile de renforcer des croyances et attitudes préexistantes que de les transformer. Par ailleurs, l'empressement de nombreux participants à partager leurs expériences avec des membres de leur entourage démontre que la capsule de réalité virtuelle marque les esprits et donne envie de discuter de ce sujet délicat avec des proches. La divergence des points de vue et les débats soulevés suite au visionnement donnent un aperçu du genre de discussions qu'il est possible d'avoir à ce sujet et des questionnements que peut susciter la capsule du Y des femmes.

4.4 Rôle de la technologie sur la sensibilisation

Nous nous sommes demandées si la nouveauté du dispositif de réalité virtuelle pouvait avoir augmenté la réceptivité des participants au message véhiculé par la capsule. Tous les participants essayaient le casque de réalité virtuelle pour la première fois. Milka, Mohammad et Yasmine ont souligné la forme « originale » avec laquelle le Y des femmes a présenté la campagne. Nini admettait, pour sa part, avoir été « fascinée par l'avancement de la technologie et l'effet d'être dans la situation », alors que Jean-Xavier trouvait « vraiment intéressante sa première expérience avec des genres de lunettes de réalité virtuelle » et qualifiait son effet d'« intense ». Selon Ély, le fait de porter un casque de réalité virtuelle et d'expérimenter une vision stéréoscopique pour la première fois augmentait son niveau d'engagement avec l'histoire de la capsule :

C'était la première fois que je voyais à travers des lunettes comme ça. Je trouvais que c'était très intéressant comme moyen. Ça nous projetait vraiment dans un nouvel environnement et ça faisait en sorte qu'on rentrait dans l'histoire vu que c'était différent.

Mélanie affirme, quant à elle, que « pour une première expérience, [on se] met encore plus dans la peau du personnage ». Plusieurs participants, dont Cam, Ély et Jasbat, ont mentionné que le message de sensibilisation était plus efficace présenté sous ce format nouveau que s'il avait été présenté sous une forme communicationnelle plus traditionnelle comme une conférence ou un kiosque avec des brochures d'information :

Si ça avait été une conférence, ça m'aurait moins sensibilisé parce qu'une conférence, on en a tous déjà vue, tandis que ce moyen-là, c'était un moyen différent, alors je trouve que c'était un bon moyen pour sensibiliser les gens.
(Ely)

L'aspect nouveau du médium semble toutefois détourner l'attention de plusieurs participants du message de sensibilisation. En effet, la majorité de ceux qui ont parlé de la capsule avec leurs proches a davantage mentionné l'aspect technologique de la réalité virtuelle que le message de sensibilisation sur le consentement. Milka, Mélanie et Jasbat considéraient néanmoins que la fascination pour le médium peut aider les gens à comprendre le message. Milka soulignait qu'être « captivée » par la réalité virtuelle fait en sorte que « tu n'as pas le choix d'écouter ce qu'il y a dans la vidéo et comprendre ce qu'on te dit ». Pour Emie, il ne faisait pas de doute que ce dispositif nouveau suscite la curiosité et l'envie de vivre une expérience inhabituelle : « C'est une nouvelle technologie et puis les gens aiment ça. Ils sont attirés vers ça ».

Bref, l'aspect nouveau de la technologie utilisée semble avoir eu un impact important sur le niveau d'appréciation de la capsule et le degré d'engagement avec son contenu. Dans certains cas, la technologie semble toutefois avoir volé la vedette au message de sensibilisation que le Y des femmes voulait passer. Cette nouvelle technologie

comporte néanmoins le net avantage d'agir comme un aimant et d'avoir un effet marquant sur les participants qui les incite à parler de l'expérience avec leurs proches.

4.5 Rôle de l'immersion et de l'identification sur la sensibilisation

Puisque la réalité virtuelle est généralement considérée comme un médium « immersif » favorisant l'identification au personnage, nous avons cherché à savoir si ces dimensions influencent la sensibilisation des participants.

Lors des entrevues, la majorité des participants indiquaient qu'à un certain moment durant l'expérience, ils se sont sentis présents dans l'environnement de la capsule, se sont identifiés au personnage féminin et ont eu le sentiment d'être dans un autre corps et de vivre la scène en temps réel. Certains affirmaient qu'ils ont « oublié où ils étaient » (Emie, Yasmine, Roxanne), qu'ils avaient l'impression de « vraiment être dans la pièce » (Jérémie) et même, qu'ils ont « oublié qu'ils se trouvaient dans un monde virtuel » (Mohammad) : « J'ai presque oublié qu'il y avait des gens autour. Je suis bien rentrée dans l'histoire », expliquait Yasmine. Milka, Mélanie et Ely ont mentionné s'être mis dans la peau du personnage féminin et avoir compris ses émotions. Jasbat s'est, pour sa part, identifié au personnage féminin « même si c'était une fille ». Même s'ils se sont sentis transportés dans l'environnement de la capsule, se sentir immergé dans l'univers fictionnel de la capsule ne vient toutefois pas toujours de pair avec une identification au personnage féminin.

Jérémie, a admis avoir été « conscient de sa propre personne tout au long de la capsule » et Yasmine, avoir « vécu une fluctuation entre l'impression d'être le personnage féminin et une séparation entre son corps et celui de la jeune femme ». De plus, ce ne sont pas tous les participants qui se sont immergés dans la capsule et qui se sont mis dans la peau du personnage. Jean-Xavier et Benito ont préservé une distance

critique pendant une bonne partie de l'expérience qui rendait plus difficile l'identification au personnage de type extension de soi :

C'était plus comme un film...Je me sentais plus comme un film que dans la réalité. Tu es dedans au niveau de ce que tu vois, mais tu ne ressens pas...Je me sentais pas comme la fille en tant que tel. (Benito)

L'analyse des entrevues démontre également que le fait de se sentir présent dans l'univers de la capsule et dans la peau de la jeune fille ne va pas nécessairement de pair avec le développement d'un sentiment d'empathie à son égard. Même s'ils ont admis avoir eu « l'impression d'être là dans l'appartement » et « d'être la fille », Cam, Alexandra et Nini reprochaient au personnage féminin de ne pas s'être affirmée avec suffisamment de fermeté plus qu'elles compatissaient avec elle. Dans le même ordre d'idées, se distancer du personnage féminin plutôt que de s'identifier à lui n'empêche pas nécessairement de faire preuve d'empathie envers lui : « J'étais quand même conscient que c'était une simulation, et conscient de ma propre personne », mais « j'ai quand même eu l'impression, je me suis peut-être trompé, de comprendre ce qu'elle vivait pis son émotion », expliquait par exemple Jérémie.

Bien que nous ne puissions prouver l'existence d'une corrélation entre le sentiment de transport ou d'identification des participants et leur degré de sensibilisation avec une recherche exploratoire, certains d'entre eux établissaient clairement un lien entre les deux éléments: « Amener une personne dans l'endroit, dans l'environnement, dans les décors et dans les personnes aide à comprendre ce que les gens ressentent, c'est quoi l'atmosphère » (Mohammad). Selon Emie, vivre une expérience en réalité virtuelle peut même inciter les gens à transformer leur comportement dans la vie de tous les jours et à prendre des décisions différentes dans le futur.

Bref, le sentiment d'immersion et l'identification (qu'elle soit de type empathique ou de type extension de soi) ne garantissent pas la conscientisation des participants, mais

semblent définitivement la favoriser. Pour cette raison, nous avons cherché à comprendre quels sont les différents facteurs qui influencent leur avènement.

4.5.1 Rôle des bruits ambiants sur l'immersion et l'identification

Nous nous sommes d'abord demandé si l'environnement bruyant de l'agora ou du hall d'entrée d'un cégep dans lesquels était réalisée l'expérience affectait la concentration des participants et leur immersion dans l'univers de la capsule. Plusieurs participants ont dit avoir entendu les gens qui circulaient dans le couloir et les discussions qui se passaient autour de la tente du Y des femmes au cours de leur visionnement : « J'ai été un peu déconcentrée, mais ce n'était pas excessif, il y a peut-être une fois que j'ai vraiment décroché, parce qu'il y a quelqu'un qui a carrément crié dans le corridor », expliquait par exemple Roxanne. Pour Cam, les bruits ambiants avaient pour effet d'attirer son attention vers le contexte extérieur à la capsule et nuisaient parfois à sa capacité à « rentrer dans l'histoire ». Puisque Roxanne et Cam ont admis s'être immergées dans la capsule, on ne peut toutefois pas dire que ces bruits ambiants les ont distraites outre mesure. Si l'on se fie aux témoignages de Nini et Roxanne, les bruits ambiants les dérangent surtout lors des moments où il n'y a pas de bruits de fond dans la capsule, dont celui lors duquel le personnage masculin décide de quitter la pièce pour aller chercher des bières. L'environnement bruyant dans lequel est présentée la capsule semble surtout affecter l'immersion des participants lors des instants où le son intradiégétique n'est plus suffisamment fort pour couvrir les bruits ambiants. À notre avis, l'ajout d'une musique intradiégétique ou de bruits de fond à la capsule aurait facilement pu prévenir ce problème.

Seulement une participante a considéré le son comme une dimension majeure nuisant à son immersion dans la capsule :

Je te dirais que c'est l'environnement extérieur, le fait d'avoir fait ça dans le hall d'entrée, je me sentais toujours au Cégep de Saint-Laurent. C'est surtout ça... Du

monde qui parlait et qui passait aussi, ça faisait du bruit. À un moment donné, la personne à côté de moi a fini de regarder la vidéo et une autre personne a pris sa place et j'ai entendu toutes les consignes qui se donnaient à côté. [...] Si on avait été dans un lieu où on était plus seul, ça aurait été mieux. Comme ça on aurait pu plus se concentrer sur la vidéo. (Ely)

Il est toutefois possible de penser que le son n'a pas été bien ajusté par les intervenantes du Y des femmes lors de son expérience, car comme la participante le mentionne elle-même : « Le volume de la vidéo n'était pas très élevé, alors j'avais un peu de misère à entendre ».

Même si plusieurs participants ont été déconcentrés par les bruits environnants du cégep lors des moments de silence dans la capsule, ils étaient tous capables de « revenir à la capsule » (Roxanne) et d'oublier les bruits ambiants une fois « engagé[s] dans l'histoire » (Jérémie) : après avoir réussi à « rentrer dans une bulle, le bruit ambiant devient juste un bruit de fond et tu ne l'entends plus vraiment », explique Alexandra. Il est même intéressant de constater qu'à un certain point, Roxanne était immergée au point d'imaginer les sons ambiants du Cégep comme faisant partie de la diégèse: « il y avait des petits bruits ambiants » et « je me disais, il y a des bruits en dehors de l'appartement du gars, dans la rue ».

En général, les bruits ambiants n'ont donc pas affecté l'immersion des participants au point de les faire complètement décrocher. Par contre, il est clair que l'expérience aurait eu un effet beaucoup plus immersif si la capsule avait été présentée dans un espace plus tranquille ou si la capsule avait contenu une trame sonore couvrant les bruits de l'environnement en continu.

4.5.2 Rôle de la personnalité des spectateurs sur l'immersion et l'identification

Nous nous sommes demandées comment la personnalité ou les expériences de vie des participants pouvaient influencer leur capacité à s'immerger dans un contenu fictionnel

et à s'identifier aux personnages et si les participants qui ont reconnu des éléments familiers dans la situation présentée ont eu davantage de facilité à ressentir les émotions du personnage féminin.

En général, tous les participants, sauf Jérémie, Jasbat et Milka, considèrent avoir une capacité élevée à s'immerger dans un contenu fictionnel. Il était intéressant de constater qu'un tiers des participants se considèrent comme étant plus immergés lorsqu'ils lisent un livre. Mélanie, par exemple, affirme que quand elle « lit, elle est dans [sa] bulle » et que personne n'arrive à « capturer son attention ». Roxanne peut, quant à elle, lire dans un endroit aussi bruyant que la cafétéria et tout de même « oublier carrément » où elle se trouve. Pour ces participants un appareillage technologique sophistiqué ne semble donc pas nécessaire à l'immersion. Pour un autre tiers des participants, regarder un film leur permet d'entrer en immersion, surtout lorsqu'il n'y a pas de bruit autour d'eux. Alexandra et Yasmine, par exemple, conçoivent qu'elles peuvent être « plongées dans un film qu'elle écoute ». Par contre, elles entendent quand même les gens qui parlent autour. Ce n'est pas le cas de Cam qui est souvent « tellement focalisée » durant une activité où il y a un contenu fictionnel qu'elle n'entend pas les personnes qui lui parlent jusqu'à ce qu'elle mette le film sur pause. Lorsqu'ils consomment des contenus fictionnels, Jérémie, Milka et Jasbat restent, quant à eux, généralement conscients de leur environnement immédiat, voire distraits par ce qui se passe autour.

Bien que la majorité des participants ait fait l'analogie entre les personnages et des membres de leur entourage ou entre la situation représentée dans la capsule et des situations qui leur ont été rapportées, environ un quart d'entre eux n'ont pas éprouvé de l'empathie pour autant. C'est le cas de Jean-Xavier, qui connaît des filles ayant été dans une situation similaire, mais qui dénonce leur ambivalence plutôt que de comprendre leur malaise :

Pleins de filles que j'ai connues avec des gars qui ne voulaient pas la même chose qu'eux. Dans le style de ne pas vouloir, mais de revenir. D'être pas certaines de ce qu'elles veulent. Même si elles savent très bien ce qui se passe, elles veulent croire le contraire. (Jean-Xavier)

Plus de la moitié des participants qui faisaient le pont entre les personnages et des gens qu'ils connaissent exprimaient toutefois de la compassion envers les femmes timides ou celles qui se retrouvent dans des situations abusives :

Elle m'a fait penser à beaucoup de filles que je vois pis que je côtoie ou que je vois et qui ont l'air comme ça. Un peu leur physique, pis qui ont l'air un peu timides et textent de cette façon un peu timide. (Émie)

Mes deux meilleures amies sont des filles et on se parle souvent. Et j'ai été au courant, elle se confiait à moi, sur une relation très abusive avec son ex. C'est terrible, mais elles sont à l'aise de se confier à moi, alors j'en entends des affaires. Un peu pareil que ça là. (Jasbat)

Certains participants pouvaient aussi percevoir, chez le personnage masculin, des réactions et des façons d'agir qui leur faisaient penser à des garçons qu'ils connaissaient tout en reconnaissant qu'elles ne sont pas acceptables :

Madame, si je vous raconte ça vous allez... Presque tous mes amis gars... Si je vous le dis vous allez être comme oh *boy*... ils sortent avec des femmes juste pour... Vous voyez ? (Mohammad)

Il me fait peut-être penser à une personne, mais en moins exagéré. Il est peut-être intense un petit peu ; il va peut-être réessayer une autre fois même si tu y dis non. Il va réessayer et après il va se sentir vraiment mal. (Alexandra)

Quant aux participantes qui avaient vécu une situation similaire, elles ont généralement exprimé une empathie élevée vis-à-vis du personnage féminin :

Oui, un gars que j'ai *daté* il y a comme trois ans. Dans ses yeux et sa façon, les expressions faciales qu'il avait pis son, je ne sais pas, à la fin je trouvais que sa réaction était un peu comme celle d'un enfant : tu me dis non alors je me recule, je me repousse sur le divan, je me croise les bras et je me ferme à toute

discussion. Je le trouvais un peu marabout, mais comme je te dis je ne peux pas être objective, donc c'est ça...on se ressemble beaucoup [la fille et moi].
(Roxanne)

À la lumière des entrevues, nous pouvons dire que les participants ayant une plus grande propension à l'immersion ont eu de la facilité à se plonger dans le monde diégétique de la capsule. Par contre, certains des participants qui ont une moins bonne propension à l'immersion et qui ont tendance à se laisser facilement déconcentrer ont eux aussi vécu une immersion durant l'expérience avec le contenu fictionnel de la capsule, du moins à certains moments. Pour Cam, qui a une propension immersive moyenne, son immersion dans l'univers de la capsule a diminué au fil du visionnement jusqu'à ce qu'elle se sente « moins investie dans l'histoire » et « entende les gens autour ». On pourrait donc se demander si la réalité virtuelle aide les gens qui n'ont pas une propension à l'immersion à ressentir l'effet de présence. En ce qui concerne les participants qui considèrent avoir une propension immersive plus faible, nous ne pouvons confirmer hors de tout doute si cela a influencé leur immersion, puisque les réponses variaient considérablement d'une personne à l'autre. Jasbat, qui ne s'investit habituellement pas dans un contenu fictionnel, était, durant l'expérience en réalité virtuelle, « complètement investi dans l'histoire », tandis que Jérémie est resté conscient de sa « propre personne » tout au long de l'expérience et ne s'est pas plongé dans l'univers de la capsule.

En ce qui concerne le contenu fictionnel et l'identification au personnage, le fait d'avoir vécu une situation semblable, ou de connaître quelqu'un ayant vécu une situation semblable, semblait influencer la possibilité de s'identifier au personnage féminin. Lorsqu'interrogé sur les émotions des personnages lors du baiser, par exemple, Mohammad a répondu ne pas savoir comment les interpréter puisqu'il « n'a jamais fait ça ». À l'inverse, Mélanie et Roxanne disaient avoir déjà vécu une situation similaire à celle montrée dans la capsule : « J'ai vécu des choses un peu comme ça et je le sens souvent en tant que femme, ce genre de pression d'avoir des relations sexuelles alors

que toi, tu ne veux pas nécessairement » (Mélanie). Alexandra connaissait, pour sa part, quelqu'un qui avait vécu une situation semblable : « J'ai une amie qui nous avait texté : "oh *boy* les filles il vient de m'arriver de quoi de pas trop *chill*". Elle était allée chez son ami, pis là, justement, il voulait autre chose ». Or, il est intéressant de constater que Roxane, Mélanie et Alexandra figurent parmi les participants qui se sont identifiés au personnage féminin : « le fait qu'on soit la personne, la fille, ça m'a encore plus mise dans la peau du personnage, comme si c'était à moi que ça s'adressait » (Mélanie).

Pour la majorité des participants, le personnage féminin ne leur rappelait personne de leur entourage. Cela ne semble toutefois pas avoir empêché plusieurs d'entre eux de s'identifier à la jeune fille. Ce fut entre autres le cas d'Ely, qui est parvenue à se « mettre dans la peau » du personnage même si elle ne reconnaissait personne en elle. Il n'en demeure pas moins que, pour Yasmine, il était plus difficile de s'identifier au personnage féminin durant les instants où le dialogue ne correspondait pas à sa manière de converser et que le regard langoureux du jeune homme ne l'« interpellait pas personnellement ». Généralement, Yasmine ressent des émotions face à ce que vit un personnage lorsque sa situation lui rappelle quelque chose qu'elle a vécu. Or, dans le cas de la capsule, il n'y avait pas de liens à faire avec des événements de son passé.

Par ailleurs, il est intéressant de noter que les participants s'étant identifiés au personnage féminin de la capsule sont souvent ceux qui ont tendance à faire de même lorsqu'ils visionnent des productions médiatiques. Roxanne, par exemple, « s'investi[t] beaucoup » quand elle regarde des émissions de télévision, se met à la place du personnage et ressent l'envie de répondre pour lui. Mélanie a aussi tendance à « s'attacher » au personnage lorsqu'elle est immergée dans un contenu fictionnel.

Bref, le fait d'avoir vécu une situation semblable à celle du personnage et la propension des participants à s'immerger et à s'identifier à des personnages de fiction semblent favoriser l'immersion et l'identification au personnage féminin de la capsule sans

toutefois en être une condition préalable. De plus, faire le pont entre le réel et la fiction aide généralement les participants à comprendre – voire partager – les sentiments du personnage féminin. Toutefois, la perception d'une ressemblance entre les personnages fictifs et des membres de son entourage ne garantit pas pour autant l'empathie.

4.5.3 Rôle de l'interface physique sur l'immersion et l'identification

Nous avons tenté de savoir si l'interface physique du dispositif de réalité virtuelle favorise l'immersion grâce à sa capacité à isoler les participants des stimuli audiovisuels ambiants ou si, au contraire, elle nuit à l'immersion en créant un inconfort sur le plan physique.

Le fait d'enfiler un casque de réalité virtuelle muni d'écouteurs, qui accapare à la fois la vision et l'ouïe, semble avoir aidé la majorité des participants à se sentir « dans une bulle » (Milka). Selon Alexandra, Jean et Emie, le fait de voir le décor fictionnel même lorsqu'ils regardent sur les côtés et le fait de ne pas voir les gens de son environnement physique favorisent l'immersion. En bloquant les stimuli du monde extérieur grâce aux écouteurs et à la vision à 360 degrés, l'interface physique semble contribuer au sentiment de présence :

Je pouvais regarder autour de moi, vraiment autour de moi, et je pouvais voir des choses. Ça m'aidait vraiment : j'étais dans la situation. Pouvoir regarder où je veux. Quand je tourne la tête, je vois ce que je veux, quand je regarde vers le bas, je vois un corps en dessous de la caméra, ça change tout de pouvoir faire ça.
(Jean Xavier)

La possibilité de voir autour de soi en bougeant la tête et de voir le corps de la jeune fille à partir de son point de vue a permis à certains d'oublier momentanément où se trouvait leur corps physique :

J'ai vraiment oublié que j'étais là, ouais totalement. Le fait que je pouvais vraiment voir en 360 et le fait que j'aie les jambes de la fille, que j'aie son corps,

que j'aie sa vision, que ce soit comme si c'était mon corps, que je vois les mêmes choses que je vois que dans la vie réelle. (Roxanne)

Plusieurs des participants étaient d'avis que contrôler les mouvements de la caméra avec leurs propres têtes encourage le sentiment de présence :

Quand je baissais la tête, je pouvais voir la chambre, le décolleté, *mon* corps, pas au complet on s'entend, mais je pense que c'est le maximum qu'on peut faire en réalité virtuelle. Comme trop réel. Ça m'a vraiment impressionné de pouvoir faire ça. (Jasbat)

Pour Alexandra, Jean et Yasmine, c'est surtout la qualité du son et le fait qu'on n'entende plus ce qui se passe autour qui permet de générer ce sentiment : « quand tu mets les écouteurs, on dirait que tu rentres dans ce monde-là. T'entends plus les bruits autour de toi, tu les entends moins, mettons » (Alexandra). Dans le cas de Jasbat, Jean, Jean-Xavier, Nini et Jérémie, le casque de réalité virtuelle a grandement influencé leur engagement avec le contenu présenté même s'ils ne se sont pas sentis immergés.

Par contre, la moitié des participants a trouvé l'interface physique légèrement inconfortable. Certains ont noté que le casque pesait lourdement sur leur tête : « Je sentais que j'avais quelque chose sur le visage et j'avais envie de l'enlever », soutient Mélanie. Pour la plupart d'entre eux, le poids du casque ne nuisait toutefois pas au point d'affecter leur immersion dans l'environnement de la capsule : « ça ne me dérangeait pas, mais je sentais qu'il y avait quelque chose sur ma tête » explique par exemple Mohammad. Plusieurs participants admettent également avoir eu de la difficulté à ajuster le casque à leur tête et à le positionner, mais l'ont rapidement « arrangé » (Yasmine) ou se sont vite « habitués » (Mélanie) :

Je porte des lunettes, alors c'est sûr que ça glissait souvent, parce que je n'étais pas vraiment accoté dedans, mais sinon...ça m'a un petit peu dérangé au début, mais à un moment donné quand tu rentres dans le film pis tu tiens ton casque ...(Alexandra)

Il semble donc y avoir une courte période « d'accoutumance » à l'interface physique avant de pouvoir se concentrer sur les éléments de la capsule. Benito est le seul participant à avoir été beaucoup dérangé par le poids du casque et à avoir eu un mal de tête qui a perduré toute la journée à la suite au déroulement de l'expérience. Une fois interrogé à ce sujet, il avait de la difficulté à identifier l'élément qui a causé ce malaise, mais il a fini par blâmer le dispositif de réalité virtuelle.

Par ailleurs, il y avait un très large consensus, parmi les participants, sur le fait que stimuler le sens du toucher pour une plus grande immersion aurait été déplacé dans le contexte de la capsule et du visionnement au cégep, car cela aurait rendu la plupart des participants mal à l'aise :

Personnellement je n'aurais pas été trop à l'aise en regardant cette vidéo-là. Surtout que c'était dans un lieu public. Oui ça aurait rendu l'expérience plus vraie, mais en même temps je me dis que ce n'est pas vraiment nécessaire. (Ély)

Seuls Benito et Jérémie pensent que la stimulation du toucher aurait pu les aider à se plonger davantage dans la capsule, même si ça avait été « malaisant » (Jérémie).

Bref, l'interface physique, composée d'un casque de réalité virtuelle avec des écouteurs, semble avoir favorisé l'immersion des participants plus qu'elle y a nui, en grande partie grâce à la coupure créée avec l'environnement visuel et sonore immédiat. Elle semble également avoir favorisé l'identification au personnage féminin en donnant la possibilité aux participants de bouger leur tête dans la direction désirée comme s'ils se trouvaient dans le corps de la jeune fille.

4.5.4 Rôle de l'interface graphique sur l'immersion et l'identification

L'interface graphique de la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360* est l'élément qui a suscité les réactions les plus polarisées chez les participants. En théorie,

plus l'interface graphique est transparente et plus l'image est claire, plus il sera possible pour les participants de se sentir présents dans l'espace diégétique. Or, pour le tiers des participants, il a fallu un certain moment pour s'habituer à la faible résolution de l'image et plusieurs ont ressenti le besoin de rapprocher ou éloigner l'image de leur visage à l'aide de la petite roulette sur le dessus du casque pour améliorer la mise au point.

Ça [la qualité de l'image] m'a dérangé surtout au début, le temps que ça s'arrange : c'était un peu flou et mes yeux s'adaptaient. Mais avec le temps, tu deviens habituée pis ça devient moins pire ou tu *focus* moins là-dessus. (Cam)

Pour un autre tiers des participants, l'adaptation à l'image fut plus difficile puisque l'angle de la caméra leur semblait croche tout au long de la capsule et leur donnait l'impression de regarder la scène la tête penchée sur le côté : « Mon image était en diagonale, on aurait dit qu'elle penchait, j'étais dans une pièce penchante ; pas très réaliste (rires) », soulignait par exemple Alexandra. Plusieurs de ces participants ont d'ailleurs ressenti un malaise ou un étourdissement à un certain moment durant le visionnement de la capsule. Alexandra, par exemple, explique que le texte qui introduisait la capsule et les risques liés à l'expérience l'a forcé à faire le « focus » avec ses yeux et lui a donné des étourdissements. Jean-Xavier trouvait, quant à lui, l'image floue quand il essayait de lire les messages textes que la jeune femme envoyait à son amie et « c'était un peu étourdissant ». Pour Benito, il manquait de « précision » à l'image, même après le réajustement de la roulette et son expérience a entièrement été gâchée par un mal de transport persistant et « désagréable ».

Néanmoins, le dernier tiers des participants jugeait l'image « très bien » (Jasbat), « excellente » (Jean) ou « n'avait rien à rajouter » sur le sujet (Mohammad). L'image était jugée claire et favorisait, dans certains cas, leur identification au personnage et leur capacité à plonger dans la scène, parce que c'était comme s'il n'y avait « plus d'écran » (Roxanne).

L'angle de caméra, la construction de l'image... L'image est très claire et belle en 3D et tout ça, on a vraiment l'impression que ça nous arrive à nous, c'était vraiment impressionnant. (Jasbat)

Malgré la critique émise à propos de l'interface graphique par le tiers des participants et le fait qu'elle ait, pour eux, rendu l'identification au corps du personnage féminin plus difficile, la majorité des participants ont trouvé l'interface graphique suffisamment claire ou se sont accoutumés à l'image pour laisser place à l'immersion.

4.5.5 Rôle de la spatialité sur l'immersion et l'identification

La spatialité est une dimension clé pouvant affecter la possibilité de se sentir présent physiquement dans un environnement virtuel. En théorie, l'immersion est favorisée par l'aspect réaliste de l'environnement virtuel et le sentiment de bien-être, de confort et de familiarité qu'il suscite. Ces facteurs contribueraient à rendre l'environnement plus crédible aux yeux des participants et le sentiment de transport plus atteignable.

Plusieurs participants ont relevé la présence d'éléments qui donnaient l'impression d'être dans un vrai salon et rehaussait l'authenticité de l'environnement virtuel, comme le téléviseur ouvert (Yasmine), « les fenêtres, les plantes, le plancher, la décoration » (Nini).

Je ne savais même pas qu'on pouvait faire de la réalité virtuelle avec des vrais éléments de décor réel. Je ne savais pas qu'on pouvait faire ça. C'était tellement vrai, j'étais vraiment impressionné. J'avais l'impression d'être dans l'appartement. (Jasbat)

Pour le tiers d'entre eux, le lieu leur rappelait même un appartement où ils étaient déjà allés :

Oui très réaliste, extrêmement réaliste. C'était un appartement comme tous mes amis ont, et c'était quand même beau et bien décoré. Ce n'était pas quelque chose qui sortait de l'ordinaire, c'était totalement la normalité. (Emie)

Pour un autre tiers des participants, l'appartement était néanmoins trop propre pour refléter parfaitement la réalité d'un jeune cégépien.

Je veux dire, c'était super propre et ça avait l'air d'être chez des étudiants, mais pour de vrai, ça se peut. Ça ne m'a pas vraiment dérangée, mais ça clash un peu avec les logements que je connais. (Jérémie)

Le fait que l'appartement soit « propre et bien éclairé » a toutefois inspiré un sentiment positif à Jérémie qui s'est senti « confortable ».

Le fait de ne pas pouvoir se déplacer dans l'espace et l'explorer à sa guise, comme le permettent certains dispositifs de réalité virtuelle, ne semble pas avoir nui à l'immersion des participants. La majorité d'entre eux ne présentait pas l'envie de marcher et de découvrir l'environnement pour des raisons variées. Plusieurs participants considèrent « ne pas [y] avoir pensé » (Mélanie) puisque la « fille était assise tout le long » du film (Roxanne) et pensent que le fait d'être restés statiques les a « forcés à écouter » (Alexandra), « à être attentifs » (Nini) et à se « concentrer sur le contenu de la vidéo » (Ely). Jean se disait d'ailleurs trop « préoccupé par la situation » pour avoir « envie de se promener ». Certains semblaient incertains quant à la faisabilité de cette possibilité. Ils considéraient dangereux de se lever et ne comprenaient pas tout à fait comment ils auraient pu « contrôler leur mobilité » (Milka) en portant un casque qui accapare les sens : « avec ces lunettes-là, je n'aurais pas vraiment pu me lever et marcher dans l'espace, c'est sûr que j'aurais foncé dans quelqu'un » (Ely).

Le fait de ne pas pouvoir se lever et s'éloigner du personnage masculin a toutefois généré un sentiment d'étouffement et d'impuissance chez plusieurs participants,

particulièrement lorsque le personnage masculin s'approche pour toucher la jeune femme et l'embrasser :

Ça m'a frustré plus qu'autre chose. Je ne pouvais pas bouger quand je me suis fait toucher, je me suis senti impuissant. J'aurai voulu pouvoir me lever et partir, mais j'étais comme bloqué là. (Jean-Xavier)

Jasbat faisait quant à lui remarquer que l'immobilisme du spectateur réduit les risques de mal des transports. Cette hypothèse est pertinente puisque parmi les 15 participants, un seul a ressenti un mal de tête et de cœur qui a persisté tout au long de la journée et qui a gâché son expérience globale avec la capsule.

Seul Jean-Xavier à jugé que la possibilité de se lever pour explorer l'espace de l'appartement « aurait rajouté du réalisme ». Pour les autres, le désir de bouger dans l'espace était surtout lié à l'envie de quitter la situation inconfortable et « malaisante » dans laquelle ils se trouvaient (Alexandra, Emie, Jérémie, Nini).

Bref, la spatialité de l'appartement a grandement contribué à rendre la scène plausible et à immerger les participants dans l'histoire de la capsule. Lorsque questionnée sur la plausibilité de l'environnement virtuel, la moitié d'entre eux disait que le décor de l'appartement y est pour quelque chose. Le fait de ne pas pouvoir bouger dans l'espace n'affectait pas l'expérience immersive des participants négativement. L'immobilité de leur corps était même considérée par certains comme étant cohérents avec l'histoire et au service du message de sensibilisation, dans la mesure où elle illustre bien le sentiment d'impuissance du personnage féminin.

4.5.6 Rôle de l'interactivité sur l'immersion et l'identification

Dans la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360*, l'interactivité aurait pu se présenter sous différents aspects, que ce soit des choix de répliques au personnage masculin, la possibilité de déplacer des objets ou encore, le contrôle d'autres membres

du corps de la jeune fille que sa tête. Les participants n'avaient toutefois aucune puissance d'agir et aucun pouvoir décisionnel dans l'environnement virtuel. Nous nous sommes donc demandées si l'absence de cette caractéristique affectait le potentiel immersif de la capsule et l'identification au personnage féminin.

De façon générale, l'absence d'interactivité ne semble pas avoir eu d'impact notable sur les possibilités d'immersion et d'identification au personnage. Lorsqu'interrogée sur l'impossibilité de réagir au toucher du personnage masculin, de choisir les répliques des deux personnages et d'influencer le déroulement de l'histoire, la majorité des participants ont dit ne pas y avoir réfléchi durant l'expérience. Après que nous ayons évoqué la question, un tiers des participants considéraient toutefois que « ça aurait été une bonne idée » (Nini). Mélanie, par exemple, est d'avis que « ça aurait rajouté un aspect plus réel à la vidéo et sensibilisé encore plus de personnes à se dire que s'est désagréable de se faire faire ça ». Dans le même ordre d'idées, Jean-Xavier pense que ça « aurait rajouté du réalisme de pouvoir se lever et que la situation s'adapte à nos réactions ». Le tiers des participants aurait voulu choisir les répliques de la jeune femme pour avoir un contrôle plus élevé sur la situation et réagir d'une manière qui reflète davantage leur personnalité. Milka, par exemple, « aurait aimé prendre la place de la fille pour remettre le gars à sa place ». Certains d'entre eux faisaient toutefois remarquer que laisser la chance aux participants de choisir les répliques leur donnerait l'occasion de répondre « non » dès le début et la scène et de mettre « fin à l'histoire » (Milka) rapidement pour éviter le sentiment d'inconfort. Selon ces participants, le caractère non interactif de la capsule permet à l'histoire et au message de la capsule de se déployer dans leur intégralité.

Pour d'autres participantes, le caractère non interactif de la capsule et l'absence d'un choix de répliques encourageaient un sentiment de frustration. Emie se sentait « frustrée » parce que « ce n'est pas comme ça [qu'elle] aurait répondu ». Chez certains participants, cette frustration semblait toutefois traduire une certaine implication et une

identification élevée au personnage. Par exemple, Cam se « sentait prise », car « elle ne pouvait plus répondre, ou bouger », ce qui lui donnait « l'impression d'être la fille ».

De façon générale, l'absence de possibilités d'interactions ne semble donc pas avoir nui au sentiment de présence et à l'identification des participants, qui n'y ont même pas pensé durant l'expérience. Son absence semble plutôt avoir favorisé l'identification au personnage féminin et une meilleure compréhension de son sentiment d'étouffement et d'inconfort occasionnant chez certains une réflexion ou une prise conscience sur les émotions que peuvent générer les situations de non-consentement.

4.5.7 Rôle de la narrativité sur l'immersion et l'identification

Nous avons cherché à comprendre comment l'histoire imposée aux participants (*push narrative*) avait influencé leur immersion et leur identification au personnage féminin. La majorité des participants étaient d'accord pour dire que l'histoire, tournant autour d'un travail d'équipe entre deux étudiants, représente une situation réaliste. Jean-Xavier soulignait « qu'il y a souvent des travaux d'équipes dans [leur] cours » et Benito, que « c'est plausible parce que ce sont des événements qui peuvent arriver souvent dans la réalité d'un étudiant ». Puisque les participants sont eux aussi des étudiants, ils se sentent davantage concernés par la situation représentée et ceci a pour effet de rehausser leur engagement vis-à-vis du sujet exploré et le dénouement de l'histoire.

Alexandra, Roxanne et Nini percevaient même la situation d'un travail d'équipe qui dégénère ou la visite d'une personne que « tu ne connais pas trop » et qui veut « plus que ce que tu es prête à donner » comme étant assez fréquentes. Selon elles, ce genre de situation arrive « plus souvent qu'on pense » (Alexandra) et « tout le monde » (Nini) peut se retrouver dans une situation comme celle-ci. Il est intéressant de noter que certains des participants ayant trouvé l'histoire plausible ont aussi estimé que les

réactions du personnage féminin étaient « crédibles » (Mélanie) et « réalistes » (Nini, Alexandra, Roxanne) et ont même défendu ses réactions :

Je pense qu'en même temps, elle ne s'attendait pas à ce que la personne qu'elle trouvait de son goût dépasse les bornes. [...] S'il te fait juste une petite avance, tu ne vas pas péter ta coche pis t'en aller, surtout si tu es attiré vers lui, tu ne veux pas gâcher tes chances. (Alexandra)

Par ailleurs, le tiers des participants a exprimé de la curiosité vis-à-vis du dénouement de l'histoire. Le suspense lié à l'évolution de l'histoire semblait d'ailleurs les aider à focaliser leur attention. Mohammad, par exemple, brulait d'envie de « savoir de quoi s'agissait l'histoire » et « ce qui allait se passer », alors qu'Ely se posait « beaucoup de questions » : « Est-ce que la fille va avoir la force de continuer à lui dire non ou est-ce que finalement elle va se laisser faire ? Qu'est-ce qui va arriver ? ». Milka ressentait aussi ce sentiment d'« inquiétude », se sentait « vraiment engagée dans l'histoire et [voulait] savoir comment la fille allait réagir ». Parmi les participants qui ont exprimé de la curiosité face au dénouement de l'histoire, certains anticipaient « le pire ».

Environ un tiers des participants qui considérait la scène familière et réaliste n'ont toutefois pas exprimé d'engagement particulier envers l'évolution narrative (Yasmine, Jean). Certains ont aussi jugé la capsule prévisible (Nini, Cam) : « En fait, je me doutais un peu ou ça allait aboutir, après un certain moment quand la fille a commencé à dire non », explique par exemple Nini. Le fait de savoir que la capsule portait sur le consentement (en raison du titre et du contexte de visionnement) a probablement joué un rôle important par rapport à ce sentiment de prévisibilité : « je pense que je l'appréhendais, vu qu'on sait que c'est sur le consentement, on dirait qu'on sait vers où ça va s'en aller », affirme Cam.

De manière générale, le réalisme de l'histoire et la familiarité de la situation présentée ont contribué à engager les participants et à favoriser leur immersion fictionnelle, même si certains ont trouvé la situation prévisible et ont pu prédire son dénouement.

4.5.8 Rôle du point de vue sur l'immersion et l'identification

Le point de vue à la première personne était l'une des dimensions les plus fréquemment discutées par les participants. C'est pourquoi nous avons estimé nécessaire de lui accorder une section particulière. Pour la majorité des participants, le point de vue à la première personne, propre au dispositif de réalité virtuelle, a favorisé une identification au personnage féminin de type « extension de soi » et, dans certains cas, la reconnaissance de ses émotions :

Tu te vois comme si t'étais là, ta vue et ton ouïe sont les mêmes que cette personne-là, donc c'est définitivement des trucs qui mettent en faveur de ça [identification au personnage]. (Jérémie)

Le potentiel immersif et identificatoire du point de vue à la première personne semble toutefois renforcé par la mise en scène des personnages. Roxanne, Milka et Mohammed soulignaient que la proximité du personnage masculin qui te regarde « droit dans les yeux » (Roxanne) donne l'impression qu'il s'adresse directement à toi, rehausse leur impression d'être là et la possibilité de ressentir les émotions de la jeune femme :

J'avais l'impression d'être le personnage parce que...déjà le fait que le gars, en parlant, c'est moi qu'il regardait, quand il s'adressait à moi. J'avais l'impression qu'il s'adressait à moi. (Milka)

Certains participants se sont tellement glissés dans la peau du personnage féminin que l'approche du personnage masculin pour l'embrasser en la regardant droit dans les yeux était « difficile à endurer » (Jean). Ce malaise démontre que plusieurs participants ont eu l'« impression d'être là » (Yasmine) et d'incarner véritablement le personnage féminin jusqu'à ressentir son inconfort.

Seulement deux des participants ont affirmé que leur point de vue fluctuait entre l'impression d'être la fille et celle de se retrouver dans la position d'un « narrateur dieu » (Benito) ou un observateur objectif :

Je me sentais comme si j'étais là-bas. Mais des fois, j'étais aussi un ami qui était silencieux à côté et je regardais la situation se dévoiler devant moi. (Mohammad)

Néanmoins, les participants ont tous admis qu'ils ont, à un moment ou un autre, vécu la scène à travers le regard de la jeune fille. Il est intéressant de noter que, durant leurs entrevues, Roxanne, Ely, Jasbat, Mélanie et Nini avaient parfois recours au pronom « je » plutôt qu'au pronom « elle » lorsqu'ils décrivaient la situation dans laquelle se trouvait la jeune fille, témoignant ainsi d'une identification de type extension de soi.

Pour certains, le passage du point de vue à la première au point de vue la troisième personne lorsque le personnage se lève à la fin de la capsule créait un sentiment étrange et rompait brutalement l'identification de type extension de soi: « quand elle s'est levée, tu vois sa tête et tu as l'impression d'être un œil dans la pièce », explique par exemple Cam. À cet instant, plusieurs participants ne se sentaient soudainement plus dans la peau du personnage féminin. Ils témoignaient néanmoins d'une identification de type cinématographique basée sur l'empathie et la reconnaissance des émotions de la jeune femme. Puisque cela se produisait à la toute fin de la capsule, on ne peut toutefois pas dire que cet élément a déterminé la posture des spectateurs tout au long du visionnement.

Il ne faudrait pas, non plus, croire que le point de vue à la première personne garantit une identification de type « extension de soi », entre autres parce que les mouvements de la caméra ne coïncident pas toujours avec les mouvements du spectateur. Lorsque le personnage masculin s'approchait pour embrasser la jeune fille, par exemple, Yasmine était ramenée à son propre corps et se « séparait » du corps virtuel dans lequel

elle était plongée. Il en va de même pour Cam, qui n'avait plus l'impression d'être la fille lorsque cette dernière bougeait au moment où elle demeurait immobile :

Le corps dans la vidéo, il bouge, mais en même temps pas toi. Moi je me sentais quand même détachée du corps dans la vidéo. Ça allait et venait. Des fois, je me sentais comme elle et des fois plus à l'extérieur. Au début, elle est assise et tu ne vois pas vraiment son corps. Tu vois ses jambes et j'étais assise dans la même position qu'elle alors je me sentais plus comme elle. Puis elle bougeait et moi je ne bougeais pas. (Cam)

De manière générale, le point de vue à la première personne semble donc détenir un potentiel d'influence d'autant plus élevé sur le sentiment d'immersion et sur l'identification au personnage féminin qu'il est bien exploité grâce à une mise en scène adaptée.

4.6 Rôle de l'empathie sur la sensibilisation

Tel que démontré dans le cadre théorique, l'empathie est le potentiel d'une personne à comprendre, reconnaître ou ressentir les émotions d'une autre personne et y être sensible. Dans notre recherche, il était important d'explorer l'impact de cette dimension sur la sensibilisation puisque plusieurs la considèrent comme un effet inhérent à la réalité virtuelle qui justifie son utilisation à des fins de sensibilisation.

Même si le degré d'empathie variait d'un participant à l'autre, la totalité des participants arrivait à identifier des émotions chez les personnages et plusieurs disaient ressentir celles de la jeune femme. En général, les participants ont tous reconnu des émotions chez les personnages et repéré leur changement au cours de l'histoire. La majorité des participants notent qu'au début de la scène, les personnages avaient tous deux une attirance l'un envers l'autre, étaient « contents » d'être ensemble et ressentaient des émotions positives de l'ordre de « l'excitation » ou de

« l'amusement » (Émie). Cette attirance est perçue comme étant plus subtile chez le personnage féminin, mais les participants ont aussi reconnu, chez le personnage masculin, de la gêne ou de la timidité : « Le gars lui parlait un peu bizarre, comme si c'était la première fois qu'ils se voyaient. Comme trop parler, un peu distant je trouve » (Milka).

La totalité des participants a identifié le changement dans les émotions des deux personnages lorsqu'au milieu de la capsule, le garçon embrasse la jeune fille et tente de la convaincre d'aller plus loin et de le suivre jusqu'à la chambre. Par contre, les interprétations de l'état émotif des deux personnages à ce moment précis étaient différentes. Environ la moitié considérait que les deux personnages ressentaient toujours une « attirance » (Cam) ou de « l'intérêt » (Benito) à ce moment dans l'histoire, alors que l'autre moitié des participants avait l'impression que la fille était « surprise » par la rapidité de l'approche du garçon : « le gars lui donne une bière et deux secondes après, il essaie de l'embrasser », remarque par exemple Mélanie. Tous les participants ont néanmoins repéré un « inconfort », un « malaise » ou une « incertitude » chez la jeune femme, surtout face à l'insistance du garçon après le premier baiser. Pour certains, la jeune fille s'intéressait toujours au garçon sans vouloir pour autant coucher avec lui : « les deux sont attirés l'un envers l'autre, mais il y en a un qui veut le cœur et l'autre le corps » (Jean-Xavier). Roxanne pense que « quelque part, elle a un intérêt, mais pas physique à ce moment-là ». Dans le même ordre d'idée, Benito considère que le gars ressent de l'« attirance », alors que la fille veut plutôt du « réconfort ». Lorsque nous avons interrogé les participants sur les émotions que ressentent les personnages lors du baiser, la clarté des réactions émotionnelles de la jeune femme était remise en question par certains participants. Jean-Xavier et Benito ont réitéré qu'elle aurait dû mieux communiquer ses émotions : « elle est revenue vers lui, elle savait qu'il voulait autre chose » (Jean-Xavier). D'après Benito et Mohammad, le fait qu'elle se soit laissée embrasser même après avoir dit non porte à confusion.

Lorsque la jeune femme se lève pour partir durant la scène finale, les deux tiers des participants ont identifié des émotions comme la « frustration » (Milka, Jasbat), la « déception » (Jérémie), le « malaise » (Cam), la « colère » (Mohammad) et la « tristesse » (Emie) chez le personnage féminin, puis de « l'incompréhension » (Jean-Xavier) et de la « colère » (Jean) chez le personnage masculin :

La fille, elle, doit être fâchée, troublée, perplexe et peut-être triste un peu ; fâchée et triste. Pis le gars, de l'incompréhension et beaucoup de frustration aussi, peut-être, parce qu'il n'a pas ce qu'il veut. (Emie)

Un autre tiers des participants a repéré des émotions semblables chez les personnages féminin et masculin. Nini, Alexandra, Jean-Xavier et Mohammad perçoivent une forme de vulnérabilité chez le personnage masculin lorsqu'il réalise qu'il a mal compris les signaux du personnage féminin et est surpris par la tournure de la situation. Alexandra constate que la jeune femme est « déçue et triste » puisque « l'approche du personnage masculin n'est pas comme elle pensait » et perçoit aussi de la déception chez le personnage masculin qui « se sent mal et est gêné ». Nini constate, pour sa part, que le personnage féminin est en « colère » et que le personnage masculin « se sent déçu, attristé et désolé de l'avoir dérangé ». Il est intéressant de noter que, dans certains cas, les participants identifiaient les émotions des personnages en fonction de ce qu'ils auraient ressenti à leur place : « Le gars devait être frustré et la fille gênée et en colère. En tout cas, c'est ce que j'aurais éprouvé » (Mélanie). Fait intéressant à noter : certains des participants qui ont perçu le personnage masculin comme étant plus vulnérable sont les mêmes à évoquer le manque de clarté du personnage féminin et l'incohérence de ses réactions.

Toutefois, ce ne sont pas tous les participants ayant identifié des émotions chez les personnages qui les ont ressenties comme s'ils étaient à leur place. C'est notamment le cas de Nini, Yasmine et Benito qui ont surtout ressenti de la « fascination envers

l'avancement de la technologique » (Nini) ou de la déception par rapport à « la façon avec laquelle le gars essayait de manipuler la fille pour avoir ce qu'il voulait » (Benito).

La majorité des participants décrivaient toutefois les mêmes émotions chez le personnage féminin que celles qu'ils disaient ressentir. Cam, qui a reconnu chez le personnage féminin de la « frustration », « tristesse et « inconfort » témoigne s'être sentie « mal pour la fille » : « j'étais comme gênée. Si je me trouvais dans cette situation-là, je serais fâchée que le gars insiste comme ça ». Puisque la totalité des participants arrive à identifier des émotions chez les personnages et que la plupart des participants ressentent eux-mêmes ces émotions, on peut conclure que la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360* favorise la naissance du sentiment d'empathie chez les spectateurs sans toutefois la garantir. Dans plusieurs cas, l'empathie semble avoir aidé les participants à réaliser la gravité de la situation représentée. Pour Milka, par exemple, avoir compris « les émotions des personnages » lui a fait réaliser comment « les filles peuvent souffrir » : lorsqu'« on s'adresse directement à toi, tu te sens directement concerné par ce qu'on te dit dans la vidéo », explique-t-elle (Milka). Jasbat, qui a ressenti une empathie « très élevée » vis-à-vis le personnage féminin, admet pour sa part que la capsule l'a mis « hors de lui » et l'a fait réaliser que le harcèlement sexuel peut découler d'une situation banale qui « est probablement arrivée à [s]es amies qui ne le considèrent pas comme une agression sexuelle ».

Cela dit, certains participants qui disent avoir ressenti peu d'empathie envers les personnages ont semblé en apprendre davantage sur le problème du harcèlement sexuel. Mohammad, par exemple, considère que la capsule « lui a appris qu'il y a trop de cas » et que « c'est une réalité qui arrive dans le monde ». Nini a, pour sa part, retenu une leçon de la capsule : « ça peut être dur de s'écouter soi-même si la personne nous intéresse. On a tendance à dire oui pour lui faire plaisir, mais en même temps ça nous nuit ».

Bref, l'empathie semble favoriser la sensibilisation à la cause représentée, mais cela n'empêche pas ceux qui n'ont pas développé ce sentiment d'avoir pris conscience de l'ampleur du problème du harcèlement sexuel. Le développement du sentiment d'empathie semble néanmoins mener à une conscientisation qui repose davantage sur des affects que sur un raisonnement rationnel.

4.6.1 Rôle de la personnalité des participants sur l'empathie

La prédisposition à ressentir des émotions durant le visionnement de contenus médiatiques varie d'une personne à l'autre. La majorité des participants a déclaré avoir une forte prédisposition à l'émotivité et se disait généralement affectée lorsqu'immergée dans un contenu fictionnel : « j'ai l'impression que j'ai développé une certaine empathie ou altruisme. Je pense que, dans une certaine mesure, je suis capable de ressentir les trucs » (Jérémie). Benito a même admis limiter ses interactions avec des contenus médiatiques fictionnels qui présentent des personnages ou des situations difficiles dans une atmosphère pesante, car cela l'« affecte trop » et parce qu'il ne veut pas « ressentir une émotion négative » (Benito). Pour la majorité des participants, par contre, le fait de s'investir émotionnellement dans une fiction au point de ressentir de la tristesse, de la frustration ou de l'anxiété n'enraye pas leur envie de consommer des productions médiatiques. Roxanne, Milka et Cam considèrent « avoir la larme facile » et ressentir les émotions des personnages jusqu'au point d'avoir envie de répondre à leur place lors de situation émotionnelle. Seulement une participante se dit rarement émotionnelle face à un contenu et à des personnages fictionnels. En effet, Nini admet être « apathique » quand elle consomme de la fiction. Pour s'investir émotionnellement, il faut que « ça arrive à quelqu'un de proche [d'elle] ou à [elle] personnellement ».

En général, la prédisposition des participants à ressentir des émotions quand ils sont investis dans un contenu fictionnel semble avoir favorisé le développement d'un sentiment d'empathie envers le personnage féminin de la capsule. Ce ne sont toutefois pas tous les participants qui ont une propension à l'empathie qui ont ressenti de l'empathie envers elle. Yasmine, qui ressent habituellement fortement les émotions des personnages fictionnels, n'avait pas « quelque chose avec lequel lier [la situation] ». Même si elle pouvait reconnaître les émotions que vivait la jeune femme, elle ne les ressentait pas. Benito, qui vit habituellement des émotions fortes avec les personnages lorsqu'il est investi dans un contenu fictionnel, n'a pas ressenti d'empathie envers la jeune femme, mais seulement un sentiment de « déception » envers le jeune homme et sa manière d'agir.

Il est intéressant de noter que Nini, qui n'a pas une forte propension à l'empathie envers des personnages fictionnels, a eu besoin d'explications pour comprendre les émotions et réactions du personnage féminin :

Au début, [j'ai ressenti] un peu d'incompréhension envers ce que la fille voulait réellement. Elle disait oui après elle disait non, pis après c'est vraiment...on m'a expliqué que quand tu es intéressé envers quelqu'un, tu as de la misère à dire non.
(Nini)

Bref, la propension à l'empathie à l'égard des personnages de fiction semble favoriser l'empathie envers le personnage féminin de la capsule sans toutefois la garantir.

4.6.2 Rôle de l'identification au personnage de type « extension de soi » sur l'empathie

Nous avons observé que le point de vue à la première personne de la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360* donne la sensation de vivre la situation fictionnelle à la place du personnage (identification de type extension de soi), plutôt que de favoriser une identification empathique de type cinématographique comme le fait le point de vue à la troisième personne. Nous nous sommes donc demandées si

cette posture favorise elle aussi le développement d'un sentiment d'empathie face aux préoccupations du personnage féminin, aux dilemmes qu'il vit et à sa façon d'agir dans l'univers représenté et nous avons constaté que cela semble être le cas.

Nombreux sont les participants qui ont mentionné que, à un certain moment durant la capsule, ils se sentaient impliqués dans la situation que le personnage féminin vivait, comprenaient ce qu'elle pouvait ressentir et avaient l'impression de vivre la scène comme s'ils y étaient. Par exemple, plusieurs participants partageaient son sentiment d'inconfort ou d'impuissance au moment du baiser :

On dirait que tu étais pogné là. Comme si c'était dans la vraie vie. Des fois, tu sais que tu peux t'en aller, mais tu as l'impression que tu ne peux pas. Je me sentais comme ça, comme dans une situation où tu aimerais t'en aller, mais tu ne peux pas vraiment. Tu n'as pas le choix d'assumer ce qui se passe. (Alexandra)

Seul Benito affirme s'être davantage vu « comme le personnage masculin », même si la capsule le plongeait « dans la peau de la fille ». Cela ne l'a toutefois pas empêché de ressentir son malaise et son désir de quitter la pièce lorsque le personnage masculin se penche pour l'embrasser. Dans ce cas précis, la posture de l'extension de soi ne semble donc pas avoir été nécessaire à l'empathie.

Il est par ailleurs intéressant de noter que, pour certains participants masculins, être plongés dans le corps d'une femme a généré des émotions étranges plus que cela ne les a aidés à ressentir les émotions du personnage : « ça fait vraiment bizarre d'être une fille » et c'est plutôt « drastique comme bouleversement », explique par exemple Benito. Rares sont toutefois les participants pour qui être plongés dans le corps de la jeune fille procurait des émotions trop intenses pour regarder la capsule jusqu'au bout. Jasbat est le seul des participants à ne pas avoir visionné la capsule au complet parce qu'elle était « trop dure à regarder ». Même s'il se doutait que le dénouement de la scène ne serait pas trop intense, il avait peur que l'histoire évolue vers un viol. Curieux

de connaître le dénouement de l'histoire, il est tout de même resté autour du kiosque pour s'informer auprès de ses collègues :

J'ai arrêté avant la fin parce que j'avais peur que ce soit une scène de viol, même si je savais... J'étais curieux qu'on me dise. Je savais que c'était de la réalité virtuelle et que ça ne se pouvait pas parce que c'était en public. J'ai arrêté avant, mais on m'a dit que lors du dénouement, elle allait partir et tout ça. (Jasbat)

Il est intéressant de noter que Jasbat fait partie de ceux et celles qui ont démontré un niveau d'identification élevé au personnage féminin de type extension de soi. Selon Jasbat, la possibilité de contrôler sa tête et voir « le décolleté, le corps » le rendait « mal à l'aise » puisque c'était « trop réel ». Dans le cas de Jasbat, l'identification au personnage de type extension de soi semble donc avoir suscité une empathie réflexe si forte qu'il a eu envie de fuir.

Par ailleurs, une identification de type extension de soi ne garantit pas une empathie élevée ou la reconnaissance des émotions du personnage féminin. Par exemple, Jean-Xavier témoigne s'être senti « dans [le] personnage et conçoit avoir eu un choc la première fois qu'il [lui] a mis la main sur la cuisse (rires inconfortables) » :

J'ai comme eu un *back off*. J'ai vraiment eu une forte impression qu'on venait me toucher. C'était assez impressionnant à quel point ça nous mettait dans la situation. J'ai été surpris parce que je ne m'attendais pas nécessairement à ça, mais une fois que j'étais là, c'était ma bulle tu comprends. Alors quand on me touchait, on me touchait. (Jean-Xavier)

Lorsque le personnage féminin commence à exprimer son inconfort à son partenaire, Jean-Xavier trouve toutefois sa réplique « là, tu commences à m'énerver » étrange et ne semblait pas savoir ce qu'elle ressentait.

Bref, une identification de type extension de soi semble favoriser l'empathie et l'identification des sentiments du personnage sans toutefois les garantir. Chez quelques

sujets masculins, le fait d'être plongés dans le corps d'une femme procure un sentiment d'étrangeté plus qu'un sentiment d'empathie.

4.6.3 Rôle du niveau de développement des personnages et de la narrativité sur l'empathie

Nous nous sommes demandées comment le niveau de développement des personnages et la narrativité influençaient l'empathie des participants. À première vue, le peu d'information auquel les participants avaient accès sur le passé des personnages, leur relation et leur histoire ne semble pas avoir nui à leur empathie. Les participants n'ont généralement pas considéré le niveau de développement des personnages comme étant faible et les trouvaient crédibles. D'après Jean-Xavier, par exemple, le dialogue entre les personnages permettait de se « mettre dans la peau » de la jeune femme « assez rapidement » et fournissait des informations utiles sur « leur vie et comment ils s'étaient rencontrés ». Jean-Xavier et Mohammad jugent, quant à eux, que le dialogue « faisait en sorte que tu comprenais la situation de chaque personnage, pourquoi et comment ils étaient dans l'appartement » (Jean-Xavier). Ely et Milka ont aussi noté qu'à travers le dialogue du début, il était possible de comprendre le lien entre les deux personnages, qui se sont rencontrés à l'école dans un cours de français. Alexandra aurait préféré un peu plus d'information, mais reconnaît que lorsque le garçon dit « as-tu vu le prof dans classe », au début de la capsule, « tu comprends qu'ils sont à l'école, dans la même classe ».

Certains participants soulèvent qu'une connaissance plus précise du passé des personnages aurait rendu la scène plus réaliste et aurait contribué à situer leur relation dans un contexte spécifique. Ils auraient, par exemple, voulu savoir « ce qu'ils étudient », « leurs contextes familiaux », « leurs relations antérieures » (Émie), « leur âge », « leurs emplois » (Jean), leur « réputation » (Jérémie) ou encore une « description de la fille » (Alexandra).

Les deux tiers des participants sont néanmoins d'avis qu'avoir eu trop d'information aurait créé «une distance» entre eux et le personnage féminin d'une manière qui aurait nui à l'impression d'être dans son corps (Yasmine). D'après Roxanne, plus de dialogues auraient rendu la situation trop « prévisible » et cette manière de présenter les personnages était « crédible ». Cam était, pour sa part, d'avis qu'avec trop d'information, la reconstruction du passé des personnages détournerait l'attention de la scène qui se déroule en temps réel « l'avait déconcentrée » (Cam).

Certains des participants pour qui le développement des personnages était suffisant ont néanmoins critiqué la rapidité du déroulement de la scène et ont trouvé irréaliste l'intensification soudaine de la relation entre les deux personnages. Selon Milka, la capsule était trop courte. Elle aurait eu envie d'en savoir plus pour pouvoir « comprendre leur histoire » et estime qu'il aurait été bien de laisser plus de temps au dénouement de se formuler.

Pour ce qui est du peu d'information concernant le physique du personnage féminin, plusieurs participants jugent que la possibilité de voir le reflet de son visage et ses expressions faciales aurait brisé l'immersion et l'impression de vivre la situation à travers ses yeux : « ça n'aurait en rien contribué à l'histoire, on voyait à travers ses yeux alors on comprenait qu'on était à sa place », explique par exemple Mohammad. Selon Jean, voir le reflet de son visage aurait généré le même sentiment que lorsqu'on regarde un film plutôt que de favoriser l'impression d'être le personnage. En l'absence d'information sur le physique du personnage féminin, Alexandra et Mélanie s'imaginaient tout simplement que son visage, c'était le leur. Après y avoir réfléchi, le cinquième des participants ont conclu que, même si au moment de l'expérience, ils n'avaient pas remarqué l'absence de cette dimension, le reflet du visage de la jeune femme les aurait aidés à percevoir ses émotions et aurait renforcé leur compréhension de ses réactions parfois jugées floues et confuses. Pour Milka, « voir son visage aurait aidé à comprendre ses réactions » puisque « pas tout le monde réfléchit comme [elle] ».

Cam considère, quant à elle, « qu'on voit beaucoup d'émotions par le visage : « voir comment elle réagit lors des rapprochements avec le jeune homme ou lorsqu'il ne la regarde pas aurait aidé ».

Enfin, il est intéressant de noter que la mise en scène a aidé certains à comprendre les sentiments du personnage féminin. C'est surtout grâce aux messages textes que la jeune femme envoie à son amie au début de la scène que les participants arrivent à déceler son désir pour le jeune homme :

Le gars s'en va dans la cuisine et, pendant ce temps-là, tu textes ta *chum* de fille que l'autre [coéquipier du travail d'équipe] ne viendra pas, mais la fille – qui est toi dans le fond – a l'air d'apprécier ça, mais va mettre sa limite comme quoi elle ne veut pas avoir des relations sexuelles plus que ça. (Roxanne)

Bref, avoir plus d'information sur la relation entre les personnages n'a pas été majoritairement considéré comme nécessaire à l'identification et au sentiment d'empathie envers le personnage féminin, sauf pour quelques participants qui auraient aimé mieux comprendre le contexte dans lequel la scène prenait place. Le fait qu'on ne voit jamais le visage de la jeune femme ou ses expressions faciales (dans le reflet d'un miroir par exemple) ne semblent pas, non plus, avoir nui au développement du sentiment d'empathie pour la majorité des participants, en partie parce que la mise en scène tournant autour de l'échange de textos avec une amie a aidé certains à comprendre que la jeune femme trouve le garçon de son goût.

4.7 Rôle de l'identité de genre sur la sensibilisation

Nous voulions inclure une section sur l'impact de l'identité du genre sur la sensibilisation puisqu'il nous semblait probable que les réponses varient de manière significative d'un genre à l'autre. De manière générale, le genre affectait surtout l'identification au personnage féminin et la perception du personnage masculin.

Un tiers des participants était des hommes. Puisque la capsule a été conceptualisée et créée avec l'objectif de faire vivre l'expérience du harcèlement sexuel à travers les yeux d'un personnage féminin, le participant masculin qui regardait vers le bas voyait le corps d'une femme occidentale blanche et entendait un personnage masculin s'adresser à lui avec des adjectifs féminins. Pour Jérémie, Mohammad, Jean et Benito, l'identification de type extension de soi fut donc limitée par la difficulté à se percevoir dans le corps d'une femme et à être adressés en tant que femme :

La petite affaire comme « t'es belle » pis je m'identifie moi comme étant un homme, mais en tant que tel, je comprenais que c'était à moi qu'il parlait, je veux dire, ce n'était pas à moi Jérémie, mais c'était à moi qu'il parlait. (Jérémie)

Pour eux, le moment où le personnage masculin s'approche pour les embrasser était particulièrement « bizarre » (Mohammad) et a ramené leur attention vers leur corps physique (Benito, Jean).

De plus, il est intéressant de noter que même si la majorité des participants masculins se disait conscientisée à l'importance d' « un accord entre deux personnes avant de passer à l'acte » (Jérémie), la situation représentée dans la capsule et le dialogue des personnages a laissés plusieurs d'entre eux perplexes. Plus d'hommes que de femmes considéraient la situation comme un « gros manque de communication » (Jean-Xavier) et reprochaient à la fille de ne pas être assez claire sur ses intentions dès le début de la rencontre. Jean-Xavier et Benito s'identifiaient plus au garçon qu'à la fille et le trouvaient clair dans ses intentions : « Je ne sais pas ce qu'il s'est passé avant ou après, mais sur le coup, il ne laissait passer aucune autre intension et la fille le savait quelque part » (Jean-Xavier).

Il est intéressant de noter que, Jasbat, le seul participant non binaire s'identifiant comme « androgyne », a considéré la scène trop « bouleversante » en partie à cause de son thème, de son réalisme et du fait qu'il est « extrêmement sensible ». Pour Jasbat, le message de la capsule représentait sans conteste une situation où le consentement est remis en cause et la fille ne manquait pas de clarté. Lors de son entrevue, il partage aussi avoir vécu une frustration insupportable envers le personnage masculin, rendant la situation impossible à regarder :

À un moment donné j'étais vraiment en crise contre le gars dans ma tête. Je me disais, ça ne se peut pas, il ne fera pas ça, il a l'air gentil, il a l'air sympa, même si je suis une personne *queer*, on comprend comment elle se sent. Je n'en pouvais plus. (Jasbat)

Bien qu'il ne soit pas possible d'établir une corrélation entre le fait de s'identifier comme « androgyne » et la sensibilité face à la question du consentement, il est intéressant de considérer la possibilité que les membres de la communauté LGBTQ2 soient plus sensibles par rapport à ce qui relève des questions de sexualité et de consentement en raison des luttes que certains peuvent vivre pour faire reconnaître leur identité.

En ce qui concerne les femmes participant à la recherche, la majorité a ressenti des émotions fortes vis-à-vis du personnage féminin et la situation qu'elle vivait, en plus d'avoir l'impression d'être dans son corps. Roxanne, Nini et Mélanie n'avaient pas de difficulté à imaginer les mains de la jeune femme comme le prolongement de leur corps : « On se ressemble beaucoup, je te dirais. Moi je n'ai pas eu le sentiment que ce n'est pas moi. Je ne sais pas. On a, à peu près, la même forme physique » (Roxanne). Selon ce témoignage, le fait de ressembler physiquement au personnage incarné à la première personne semble favoriser l'identification de type extension de soi.

Une plus grande proportion de femmes que d'hommes jugeaient la situation « crédible » (Nini) et assez « fréquente ». Cinq femmes ont d'ailleurs partagé avec nous des exemples concrets ou plus personnels. D'après Mélanie, « plusieurs amies » lui ont parlé de situations similaires. Cam jugeait que, dans un contexte de travail d'équipe, « ça arrive très très souvent ». Pour Yasmine, c'est facile qu'une situation « dégénère » comme celle-ci :

Oui, C'est dommage, parce que souvent on pense, « ah je suis bien entourée ». Finalement, tu te rends compte que tu as un ami con, un petit peu, pis là c'est poche parce que tu pensais que t'étais un peu plus bien entourée et en sécurité que les autres, pis tu te rends compte que chaque village à son idiot. (Alexandra)

Plus de femmes (6) que d'hommes (2) étaient d'avis que la jeune fille était suffisamment claire et que le garçon avait tort d'insister :

Moi, j'ai saisi vite qu'elle n'était pas vraiment encline à aller plus loin que ça. Moi, je trouvais que c'était lisible et j'ai trouvé qu'il y avait beaucoup d'insistance qui se faisait. (Yasmine)

Elle dit clairement que ça ne lui tente pas et il essayait de contourner ça en lui disant « ah t'es belles, tu me plais ». Mais je pense que les intentions de la fille sont restées claires tout le temps, mais c'est le garçon qui insistait. (Cam)

Une plus grande proportion de femmes que d'hommes se sont également senties coincées dans le corps du personnage féminin au moment où le personnage masculin s'approche pour les embrasser. Roxanne, Milka, Yasmine, Emie, Cam ont toutes ressenti un malaise face à l'impossibilité de bouger dans l'espace virtuel.

Par ailleurs, lorsque Mélanie, Alexandra, Cam et Eli ont fait allusion au manque de clarté du personnage féminin, c'était d'une façon bien différente que les participants masculins. Elles ont admis ressentir de la frustration par rapport à l'impossibilité de répondre ou d'agir à la place de la jeune femme pour repousser les avances du garçon et se sont livrées à une réflexion introspective sur la manière dont elles auraient agi si

elles étaient confrontées à une situation semblable : « Moi, j'aurais été plus directe », affirme par exemple Cam. Les participants masculins avaient, quant à eux, tendance à évoquer le manque de clarté du personnage féminin pour justifier l'insistance du garçon.

Bref, le genre des participants semble définitivement affecter la capacité des sujets à se glisser dans la peau d'un corps féminin virtuel et à faire preuve d'empathie envers une femme qui se retrouve dans une situation où son consentement sexuel est remis en cause. Toutefois, le fait d'être d'un genre opposé à celui du personnage ne court-circuite pas toutes possibilités d'identification de type extension de soi, d'empathie envers le personnage féminin et de sensibilisation à la cause représentée.

CHAPITRE 5

DISCUSSION DES RÉSULTATS

Puisque la grande majorité des participants s'estimaient déjà sensibilisés à l'importance du consentement sexuel avant leur visionnement de la capsule, entre autres grâce à la campagne permanente « Ni-viande, ni-objet » au Cégep de Sherbrooke, il est difficile d'évaluer à quel point celle-ci est parvenue à les sensibiliser. Il est toutefois clair que la capsule du Y des femmes a permis à plusieurs d'entre eux d'approfondir leur compréhension de ce qu'est une situation de non-consentement en leur faisant réaliser qu'elle peut se produire entre deux personnes qui sont attirées l'une envers l'autre et en leur permettant de mieux saisir les émotions qu'elle peut susciter. Tous les participants s'entendaient d'ailleurs pour dire que la capsule était pertinente et devrait être présentée dans plus d'écoles secondaires et de cégeps.

Il est toutefois important de noter que la capsule n'a pas su convaincre la moitié des participants de la gravité des gestes posés par le personnage masculin. Plusieurs reprochaient en effet au personnage féminin son manque de clarté et trouvaient le jeune homme plus cohérent dans ses agissements. Parmi eux, certains ont néanmoins tiré la leçon qu'il est important de poser ses limites et de s'affirmer fermement dans de telles situations. À la lumière de notre étude, nous pouvons émettre l'hypothèse qu'une capsule de réalité virtuelle est un bon moyen d'amener les gens à approfondir leur réflexion sur une cause, sans toutefois garantir leur sensibilisation, en partie parce que chaque participant a une personnalité et des expériences de vie différentes. Ceci vient confirmer l'idée qu'il faut éviter de faire preuve de déterminisme technologique en

croyant que la simple utilisation d'un dispositif de réalité virtuelle peut garantir la sensibilisation.

Le contexte scolaire dans lequel a été présentée la capsule semble avoir influencé l'horizon d'attentes des participants de deux manières complètement opposées. Puisque les intervenantes du Y des femmes prenaient le temps de décrire les risques liés à la capsule, dont la possibilité d'être troublé par le contenu, certains s'attendaient à voir une situation plus intense alors que d'autres anticipaient déjà le dénouement. Il est d'ailleurs possible que les attentes des participants aient influencé leur perception de la gravité de la situation représentée dans la capsule.

Le caractère nouveau et original du médium par l'entremise duquel était présentée la capsule semble avoir eu un impact considérable sur son appréciation et sur l'engagement des participants avec son contenu, en plus d'avoir incité plusieurs participants à partager leur expérience avec leurs proches, à ouvrir le dialogue sur ce sujet souvent tabou et à devenir en quelque sorte porte-parole de la cause. Nous avons d'ailleurs remarqué, chez les participants, un grand enthousiasme à participer à notre recherche et partager leur expérience de visionnement avec nous. Il faut toutefois admettre que, dans certains cas, la fascination pour la technologie du médium a détourné l'attention du message de sensibilisation. On peut donc poser l'hypothèse que, pour l'instant, les capsules de réalité virtuelle suscitent davantage les débats autour de problématiques sociales que les médiums traditionnels, en raison de leur caractère nouveau. On peut supposer qu'elles détiennent un plus grand pouvoir d'attraction vers des contenus auxquels les gens ne s'intéresseraient peut-être pas autrement, mais que la fascination des gens pour le médium comporte le danger d'éclipser le message véhiculé.

Bien que la totalité des participants dise ne pas avoir changé de point de vue après avoir discuté de la capsule avec d'autres personnes qui l'ont visionnée, certains semblent

avoir renforcé l'opinion qu'il entretenait déjà à son égard. Ceci vient confirmer la théorie du renforcement selon laquelle il est plus facile de consolider les croyances et attitudes des gens que de les transformer (Friedmann, 1961). À la lumière des entrevues que nous avons réalisées, nous pouvons également poser l'hypothèse que les sentiments d'immersion et d'empathie favorisent la sensibilisation des participants sans toutefois la garantir. En effet, certains participants semblent en avoir appris plus sur ce qui relève du harcèlement sexuel sans avoir développé ces sentiments.

Notre étude permet également de faire un constat important : l'immersion et l'identification au personnage de type extension de soi sont des états fluctuants et instables fort possiblement favorisés par le point de vue à la première personne inhérent à cette technologie, de même que par son interface physique créant une coupure avec l'environnement visuel et sonore immédiat, mais aussi facilités par d'autres dimensions internes et externes à la capsule. Parmi les dimensions internes figurent : la présence d'une trame sonore couvrant les bruits de l'environnement ambiants, la facilité à ajuster le casque à la taille de sa tête et la clarté de l'image, le caractère réaliste des décors et de l'histoire, la nature suffisamment informative des dialogues et une mise en scène qui permet de comprendre les réactions du personnage que l'on incarne sans voir ses expressions faciales. Parmi les dimensions externes, on compte le fait d'avoir vécu une situation semblable à celle du personnage ou de connaître des gens qui ressemblent aux personnages, la propension des participants à s'immerger dans un contenu fictionnel, leur tendance à s'identifier à des personnages de fiction et, dans le cas de la capsule *Connais-tu la limite ? Le consentement en 360*, le genre du participant. Par rapport à cette dernière dimension, qui semblait influencer la sensibilisation de manière assez importante, il est intéressant de rappeler que le fait d'être plongé dans le corps d'une femme a procuré, chez quelques participants masculins, un sentiment étrange qui a nui à leur identification au personnage et leur empathie.

Notre étude permet également de contester l'idée préconçue selon laquelle une technologie plus sophistiquée qui stimulerait, par exemple, le sens du toucher et qui permettrait au participant de se lever et de se déplacer dans l'espace, va nécessairement de pair avec une meilleure immersion et une plus grande identification au personnage. En effet, plusieurs participants ont souligné que ces éléments les auraient respectivement rendus mal à l'aise et craintifs de heurter des obstacles ou de tomber. L'immobilisme forcé des participants était même considéré, par certains, comme étant au service du message de sensibilisation et de l'empathie, dans la mesure où il permettait de ressentir l'inconfort et l'étouffement du personnage féminin.

Notre recherche permet aussi de nuancer certaines études en jeux vidéo qui laissent croire que l'interactivité est une condition préalable à l'immersion et à l'identification au personnage. Plusieurs participants considèrent d'ailleurs qu'un choix de répliques aurait empêché, dans plusieurs cas, l'histoire de la capsule de se déployer dans son entièreté et donc, le message de sensibilisation d'être véhiculé. Selon certains, le fait de n'avoir aucun pouvoir décisionnel sur les réponses et les réactions de la jeune femme aide même à mieux comprendre le sentiment d'impuissance et de frustration du personnage féminin.

CONCLUSION

Étant donné l'appellation « machine à empathie » attribuée au dispositif de réalité virtuelle et le fait qu'il soit souvent utilisé dans le cadre de campagnes de sensibilisation, il nous semblait important de mettre en place une recherche de nature exploratoire pour voir si cette technologie est à la hauteur des attentes à son égard et pour mieux comprendre ce qui lui confère le potentiel de susciter l'empathie et de sensibiliser. Étant donné la nouveauté du dispositif et son utilisation croissante sur des sujets humains, nous croyons à la contribution de ce mémoire pour mieux comprendre ses possibles usages à des fins de sensibilisation et encourager d'autres recherches sur le sujet.

Dans notre problématique, nous avons passé en revue les études menées sur la réalité virtuelle et sur l'immersion pour mieux situer notre recherche dans le champ de la connaissance. Après avoir fait un survol de la littérature sur la réalité virtuelle dans le domaine de la psychologie et de l'éducation, nous avons établi le constat qu'aucune étude n'a été consacrée au potentiel de sensibilisation des technologies de réalité virtuelle actuelles. Nous avons clarifié notre conception de l'immersion en nous distançant des théories qui la conçoivent comme une caractéristique inhérente à certains dispositifs technologiques, comme la réalité virtuelle, et en nous inscrivant dans la ligne de pensée des théories qui l'envisagent comme un état psychologique pouvant être suscité par un dispositif technologique quand le contexte est propice à l'immersion.

Dans notre cadre théorique, nous avons d'abord présenté l'approche constructiviste à partir de laquelle nous pensons la réalité comme une construction sociale qui se renouvelle au fil de nos expériences de vie. Nous avons souligné le caractère trompeur de l'expression « réalité virtuelle » en insistant sur le fait que les expériences réalisées au moyen de ce dispositif sont bel et bien réelles. Nous avons défini la sensibilisation comme l'acte « [d]e rendre quelqu'un, un groupe sensible, réceptif à quelque chose pour lequel il ne manifestait pas nécessairement d'intérêt » (Larousse, 2016) et nous avons relevé trois stratégies mises en place par l'ONU pour sensibiliser les populations à des causes sociales : 1) l'argumentation, 2) l'enseignement ou 3) l'information et la communication. Nous avons identifié l'immersion, l'empathie et le contexte de réception comme des facteurs susceptibles d'influencer la sensibilisation à une cause au moyen de la réalité virtuelle. Nous avons, par la suite, passé en revue une série de caractéristiques intrinsèques et extrinsèques au dispositif pouvant influencer l'immersion dans une capsule de réalité virtuelle : la spatialité, l'interface, les personnages, la narrativité, l'interactivité, la subjectivité du participant et le contexte de réception, de même qu'une série de caractéristiques pouvant influencer l'empathie : l'immersion, l'identification au personnage, la narrativité et la personnalité du participant. La mobilisation de diverses théories en psychologie cognitive, en littérature et en études du jeu vidéo nous a permis de dégager, pour chacune de ces dimensions, une série de paramètres susceptibles d'influencer leur potentiel immersif ou leur propension à susciter l'empathie. Pour ce qui est de la dimension « spatialité », par exemple, l'étendue de l'espace et le réalisme des décors furent identifiés comme des éléments pouvant avoir un impact sur l'immersion des participants.

Suite à l'identification des dimensions et paramètres pouvant influencer l'immersion, l'empathie, l'identification et, ultimement la sensibilisation, nous avons construit un questionnaire et réalisé des entrevues téléphoniques auprès de 15 étudiants que nous avons recrutés au Cégep Saint-Laurent et au Cégep de Sherbrooke suite à leur visionnement de la capsule de réalité virtuelle *Connais-tu la limite ? Le consentement*

en 360 mettant en scène une situation de harcèlement sexuel. Les réponses à nos questions obtenues lors des entrevues téléphoniques ont été retranscrites puis analysées à l'aide de *Nvivo*. Ce logiciel nous a aidées à encoder les verbatims en créant des catégories (que le logiciel appelle des nœuds) nous permettant d'identifier des similarités et des différences entre les réponses des participants et entre leur diverses expériences avec la capsule de réalité virtuelle.

En mettant à contribution les diverses théories en psychologie cognitive, en littérature et en études du jeu vidéo que nous avons présentées dans notre cadre théorique, nous avons été en mesure de dégager des hypothèses sur le potentiel de sensibilisation de la réalité virtuelle qui pourront servir de pistes à de futures recherches. Même si tous les participants se disaient déjà conscientisés à l'importance du consentement sexuel, il ne fait pas de doute que la capsule du Y des femmes a permis à plusieurs de mieux comprendre les subtilités et nuances d'une situation de non-consentement pouvant se produire entre deux personnes qui se désirent. La capsule semble également en avoir aidé plusieurs à saisir les émotions qu'une situation de non-consentement peut provoquer chez les deux partis impliqués. La pertinence de la capsule et de sa présentation dans un Cégep faisait d'ailleurs l'unanimité chez nos participants. Toutefois, nous voulons insister sur le fait que la moitié des participants ne semblent pas avoir compris la gravité des actes posés par le jeune homme dans la capsule alors que le Y des femmes souhaitait justement montrer que des gestes en apparence inoffensifs peuvent également créer une situation de non-consentement. Nous avons donc émis l'hypothèse que la réalité virtuelle peut être un moyen d'inciter des gens à réfléchir à un sujet, mais ne garantit pas leur assimilation du message ou leur sensibilisation à une cause.

Nous avons en outre constaté que l'aspect nouveau des technologies de réalité virtuelle a grandement influencé, chez nos participants, le désir de participer à l'expérience et d'enfiler un casque de réalité virtuelle pour visionner la capsule. De plus,

l'enthousiasme face à cette technologie nouvelle semble avoir encouragé plusieurs participants à discuter de la capsule avec leur entourage et à ouvrir une discussion sur le sujet délicat qu'elle aborde. Nous avons toutefois constaté que l'intérêt pour le médium a pris le dessus sur l'intérêt pour le message chez certains de nos participants qui ont davantage parlé de leur expérience avec la réalité virtuelle que du contenu de la capsule avec leurs proches. Nous avons donc posé l'hypothèse qu'un médium nouveau suscitant la fascination comporte le risque d'éclipser la signification profonde du message qu'il véhicule. L'impact de la nouveauté d'une technologie sur la réception d'un message cherchant à instiguer un changement de perspective mérite d'être exploré plus en détail dans de futures recherches. Il serait entre autres intéressant, dans une recherche ultérieure, de comparer la réception d'une campagne de sensibilisation se déployant d'une part, par l'entremise d'un dispositif de réalité virtuelle nouveau et, d'autre part, à travers des supports médiatiques traditionnels (film, brochure, conférence, etc.).

À la lumière de notre recherche, il semble également nécessaire d'étudier davantage l'impact du contexte de réception sur l'immersion, l'empathie, l'identification et la sensibilisation. En effet, le contexte scolaire dans lequel a été présentée la capsule « Connais-tu la limite ? Le consentement en 360 » semble avoir orienté les attentes des participants de deux manières complètement opposées : certains s'attendaient à voir une situation plus grave alors que d'autres se doutaient que la capsule n'irait pas jusqu'à représenter un viol. Ce contexte pourrait avoir influencé la perception des participants en ce qui concerne la gravité de la situation dépeinte par la capsule. De plus, les bruits ambiants du lieu où était présentée la capsule ont déconcentré plusieurs participants durant l'expérience et ont nui à leur immersion. Il serait intéressant, dans une recherche ultérieure, de comparer la réception d'une même capsule de réalité virtuelle dans un lieu animé, d'une part, et dans un lieu plus calme et sans distraction, d'autre part. Puisque certains de nos participants ont dit avoir appris au sujet du consentement sexuel sans avoir ressenti de l'empathie et sans avoir été immergés dans la fiction de la

capsule, nous avons émis l'hypothèse que l'immersion et l'empathie favorisent la sensibilisation sans y être nécessaires. L'immersion, l'identification et l'empathie sont apparues comme des états psychologiques intermittents et fragiles qui ont plus de chance de se réaliser lorsqu'un ensemble de conditions est respecté. Le point de vue à la première personne, l'isolement par rapport à l'environnement physique immédiat, la présence d'une trame sonore couvrant les bruits de cet environnement, la capacité à ajuster le casque à la forme de son visage, la clarté de l'image, le réalisme des décors et de l'histoire, le caractère informatif des dialogues et une mise en scène habile permettant de clarifier les émotions du personnage dont on ne voit pas le visage sont autant d'éléments qui semblent favoriser l'immersion et l'identification au personnage et qui mériteraient d'être étudiés isolément dans de futures recherches. Chez certains hommes, le fait d'avoir incarné un personnage féminin et d'avoir dû imaginer son corps comme étant le leur semble toutefois avoir suscité un sentiment d'étrangeté. Pour ce qui est du caractère non interactif de la capsule, il ne semble pas avoir, dans ce cas-ci, nuï à l'immersion et à la sensibilisation des participants, dans la mesure où leur immobilisme et leur passivité forcés les a justement aidés à comprendre le sentiment d'impuissance et de malaise d'une victime de harcèlement sexuel. Pour ce qui est des facteurs contextuels, le fait de s'être déjà retrouvé dans une situation similaire et la facilité des gens à s'immerger dans un contenu fictionnel semblent être des éléments qui influencent la sensibilisation et l'immersion des participants et qui mériteraient d'être davantage explorés dans le cadre de recherches hypothético-déductives.

En guise de mot de la fin, nous encourageons les ONG et OBNL à utiliser les dispositifs de réalité virtuelle pour conscientiser les gens à leur cause et pour les inciter à débattre de certains sujets avec leurs proches, sans toutefois se fier uniquement à la technologie pour y parvenir et en gardant à l'esprit que l'effet de nouveauté du médium ne durera pas éternellement. Nous encourageons également les chercheurs et chercheuses à mener des études quantitatives sur le sujet qui se concentrent sur une variable, qui comportent un plus grand nombre de participants et qui s'échelonnent sur une plus

longue période. Il serait également intéressant, dans le cadre d'une recherche-création, de réaliser diff erentes versions d'une capsule de réalité virtuelle mettant   profit diff erentes variables (par exemple, une interactive et l'autre non) pour mieux cerner l'impact de certaines dimensions sur l'immersion, l'identification, l'empathie et la sensibilisation. Beaucoup de recherches sur le sujet restent   faire pour vérifier   quel point la réalité virtuelle peut nous aider   changer le monde en rendant les gens plus sensibles et empathiques aux problèmes d'autrui.

BIBLIOGRAPHIE

- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Culture Economy dans M. Featherstone. (ed.). *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres : Sage.
- Arsenault, D. et Picard, M. (2008). Le jeu vidéo entre dépendance et plaisir immersif : les trois formes d'immersion vidéoludique. Actes de Colloque : *HomoLudens, Le jeu vidéo : un phénomène social massivement pratiqué*. 75eme Congrès de l'ACFAS. Québec, Trois-rivière : Université du Québec, 1-15. Récupéré de : http://www.homoludens.uqam.ca/index.php?option=com_content&task=view&id=55&Itemid=77
- Barfield, W., Hendrix, B. et Bystrom, K.-E. (1999). A conceptual model of sense of presence in virtual environments. *Journal presence: Teleoperators and Virtual Environments*. 5(1). Cambridge : The MIT press, 241-244.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacre et simulation*. Paris : Galilée.
- Berger, P., Luckmann, T. (1986). La construction sociale de la réalité. Dans *Politix, 1(1), Mobilisations étudiantes 1988*. Paris : Méridiens Klincksieck, 91-93.
- Bonnenfant, M. (2015). *Le libre jeu. Réflexion sur l'appropriation de l'activité ludique*. Montréal : Édition Liber.
- Bouvier, P. (2009). *La présence en réalité virtuelle, une approche centrée utilisateur*. Paris : Université de Paris-Est, Thèse de doctorat.
- Büscher M., O'Brien J., Rodden T., (2001). "He's Behind You": The Experience of Presence in Shared Virtual Environments. Dans E.Churchill, D. Snowdon, A.J. Munro, (dir.). *Collaborative Virtual Environments*. London : Springer, 77-98.
- Brown, E., et Cairns, P. (2004). A Grounded Investigation of Game Immersion. *University College London Interaction Centre(UCLIC)*. London : Press University, 30-34.

- Calleja, G. (2011). *In-Game. From Immersion to Incorporation*. Cambridge: The MIT Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2000). Beyond boredom and anxiety. *Experiencing flow in work and play*. San Francisco. Jossey-Bass.
- Eichenberg, C. et Wolter, C. (2012). Virtual Reality in the Treatment of Mental Disorders: A Review of the Current State of Research. *Psychological, Medical and Pedagogical Applications*. Récupéré de : <https://www.intechopen.com/books/virtual-reality-in-psychological-medical-and-pedagogical-applications/virtual-realities-in-the-treatment-of-mental-disorders-a-review-of-the-current-state-of-research>
- Ermi, L. et Mayra, F. (2005). Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion. *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views - Worlds in Play*. Récupéré sur : GamesConference.Org.
- Fontaine, G. (1992). The experience of a sense of presence in intercultural and international encounters. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 1(4), 482-490.
- Friedmann, G. (1961). Joseph T. Klapper: The Effects of Mass Communication. An analysis of research on the effectiveness and limitations of mass media in influencing the opinions, values and behavior of their audiences. *Persée: Communications*, (1). 202-205.
- Fuchs, P., Mestre, D. et Moreau, G. (2006). Le traité de la réalité virtuelle, l'homme et l'environnement virtuel, 1(3). Paris : Presses des mines.
- Fuchs, P. et Mestre, D. (2006). Immersion et présence. Dans *Le traité de la réalité virtuelle: L'homme et l'environnement virtuel*. Paris : Presses des mines, 309-360.
- Fuchs, P. (2016). *Les casques de réalité virtuelle et de jeux vidéo*. Paris : Presses des mines 1(5).
- Guelton, B. (2014). *Les figures de l'immersion*. Paris : Arts contemporains.
- Grodal, T. (2000). Video Games and the Pleasures of Control, Media Entertainment. Dans *The Psychology of the Appeal* (sous la direction de Dolf Zillmann et Peter Vorderer). Mahwah : Lawrence Erlbaum Associates, 197-213.

- Guba, E.G. et Lindoln, Y.S (1994). Competing paradigms in qualitative research. Dans Denzin, K., Lincoln, Y.S. *Handbook of qualitative research*. Londres : Sage, 105-117.
- Hassenzahl, M. et Roto, V. (2007). Being and doing. A perspective on User Experience and its measurement. *Interfaces*. 2(27). 10-12.
- Hendrix, C. et Barfield, W. (1996). Presence within virtual environments as a function of visual display parameters. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 5(3), 274-289.
- Hwa Choi,D., Dailey-Hebert, A., et J.S. Estes. (2016). *Emerging Tools and Applications of Virtual Reality in Education*. New York : ICI Global, Park University, 47.
- Ijsselstein, W. et Riva, G. (2003). Being there: the experience of presence in mediated environments. Dans *Being There: Concepts, effects and measurement of user presence in synthetic environments*, G. Riva, F. Davide et W.A Ijsselsteijn (Eds.). Amsterdam: Ios Press, 1-14.
- Järvimäen, A. (2009). Understanding Video Games as Emotional Experiences. Chapitre dans : *The Video Game Theory Reader 2*, Perron et J.P. Wolf(dir). New York: Routledge.
- Katz, E. et Lazarsfeld, P.F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York : The Free Press, 32-35.
- Kim, T. et Biocca, F. (1997). Telepresence via Television : Two dimensions of Telepresence may have different connections to memory and persuasion. *Journal of computer-mediated communication*, 3(3). Récupéré de : 10.1111/j.1083-6101.1997.tb00073.x
- Lombard, M et Ditton, T. (1997). At the Heart of It All: The Concept of Presence. *Journal of computer-mediated communication*, 1(3).
- Mongeau, P. (2008). *Réaliser son mémoire ou sa thèse. Côté jeans & côté tenue de soirée*. Québec. : Presse de l'Université du Québec.
- Mucchielli, A. et Noy, C. (2005). *Étude des communications : Approches constructivistes*. Paris : Armand Colin.

- Osgood, C. (1956). *Method and Theory in Experimental Psychology*. Londres : oxford university press.
- Perron, B. (2006). Jeu vidéo et émotions. Dans *Le game design de jeux vidéo : Approches de l'expression vidéoludique*, S. Genvo(dir). Paris : éditions L'Harmattan, 347-366.
- Pires, A. (1997). Échantillonnage et recherche qualitative (essai théorique et méthodologique). Dans Poupart, Deslauriers, Groulx, Laperrière, Mayer, Pires(dir) [Groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives]. *Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, 113-169.
- Powers, M. et Emmerkamp, P. (2008). Virtual reality exposure therapy for anxiety disorders : A meta-analysis. *Journal of Anxiety*, 29(2), 80-95.
- Riva, G. Waterworth et J., Murray, D. (2014). *Interacting with Presence: HCI and the Sense of Presence in Computer-mediated Environments*. De Gruyter Open Ltd.
- Rizzo, J., M. Kerns, K et Mateer, C. (2004). Analysis of assets for virtual reality applications in psychology. Canada : *Neuropsychological rehabilitation*, University of Victoria, 4(1), 207-239.
- Reger, G. Holloway, K. Candy, C. Difede, J. Rizzo. et A. Gahm, G. (2011). Effectiveness of virtual reality exposure therapy for active duty soldiers in a military mental health clinic ». *Journal of Traumatic Stress*, 24(1), 93-96.
- Ryan, M. (2001). *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore : Johns Hopkins University Press.
- Sadowski, W. et Stanney, K.M. (2002). Presence in virtual environments. Dans K. M. Stanney (Éd.). *Handbook of virtual environments: Design, implementation and applications*. Mahwah : IEA, 791-805.
- Sainte-André, M., Montésinos-Gelet, I. et Morin, M-F. (2010). Avantages et limites des approches méthodologiques utilisées pour étudier les pratiques enseignantes, *Nouveaux cahiers de la recherche en éducation*, 13(2), 159-176.
- Schaeffer, J. (1999). *Pourquoi la fiction ?*. Paris : Seuil.
- Scheunpful, A. et McDonnell, I. (2008). Sensibiliser L'opinion publique sur le développement: la communication, l'éducation et l'évaluation en jeu. *Cahier de politique économique*, 1(35), 3-35.

- Sheridan, B. (1992). Presence: Teleoperators and Virtual Environments. *MIT press Journals*. 3 (1), 120-126.
- Sheridan, B. (1996). Further Musings on the Psychophysics of Presence. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 5(2), 241-246.
- Slater, M., Usoh, M. et A. Steed (1994). Depth of Presence in Virtual Environments. London : University of London.
- Slater, M., M. Usoh et A. Steed. (1994). *Steps and Ladders in Virtual Reality*, Department of Computer Science. Londres : University of London.
- Slater, M. et S. Wilbur. (1997). A Framework for Immersive Virtual Environments (FIVE)- Speculations on the role of presence in virtual environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(6).
- Slater, M. (1999). Measuring presence: A response to the Witmer and Singer Presence Questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(8). 560-565. Londres : University of London.
- Staiger, J. (2005). *Media Reception Studies*. New York: New York University Press.
- Steuer, J. (1992). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Journal of Communication*, 42(4), 73-93.
- Tan, Ed S. (1996). *Emotion and the Structure of Narrative Film: Film As an Emotion Machine*. Mahwah : Lawrence Erlbaum Associates.
- Tisseron, S. (2009). L'avatar, voie royale de la thérapie, entre espace potentiel et déni. *Adolescence*, (27), 721-731.
- Tisseron, S., Virole, B., Givre, P. et Tordo, F. (2014). *Subjectivité et empathie dans les mondes numériques*. Paris : Dunod.
- Tisseron, S. (2014). Plaidoyer pour une psychanalyse empathique. *Filigrane*, 23(1). 51-64.
- Therrien, C. (2014). Réapprendre à voir, réapprendre à agir. L'immersion vidéoludique entre concrétisation et irréalisation. Dans *Figures de l'immersion*. Cahier ReMix. Montréal. Retirée de : <<http://oic.uqam.ca/fr/remix/reapprendre-a-voir-reapprendre-a-agir-limmersion-vidéoludique-entre-concretisation-et>>.

- Thomson, C., Goldiez, B., et Le, H. (2009). Predicting presence: Constructing the tendency toward presence inventory. *International Journal of Human Computer Studies*, 67(1), 62-78.
- Tordo, F. (2010). Désir d'intersubjectivité dans les jeux vidéo: entre auto-empathie virtuelle et relations interpersonnelles réelles. *Psychotropes : revue internationale des toxicomanes et des addictions*, 3(16). Paris : Université de Paris-Ouest Nanterre la Défense.
- Tordo, F. (2012). Psychanalyse du travail dans le jeu vidéo. *Adolescence*, 1(79), 119-132. Récupéré de : <https://www.cairn.info/revue-adolescence-2012-1-page-119.htm>
- Tordo, F., et Binkley, C. (2014). L'auto-empathie, ou le devenir de l'autrui-en-soi : définition et clinique du virtuel. *Psychologie Clinique*, 37(1), 25-37.
- Trudel, L., Simard, C. et Vornarx, N., (2007). La recherche qualitative est-elle nécessairement exploratoire ?. Actes du colloque : *Recherche qualitative la question de l'heure*. Association pour la recherche qualitative (5), 38-45.
- Valmaggia, L. (2016). Virtual reality in the psychological treatment for mental health problems: An systematic review of recent evidence. *Psychiatry Research*, (236), 180-195.
- Vilatte, J. (2007). Méthodologie de l'enquête par questionnaire. *Laboratoire Culture & Communication*, 1-20.
- Witmer, B. et Singer, M. (1998). Measuring presence in virtual environments: A presence Questionnaire. *Presence: U.S. Army Research Institute for the Behavioral and Social Sciences*, 7(3), 225-237.
- Witmer, B. et Singer, M. (1997). Presence: Where are we now? Dans Smith, G, Salvendy, R., Koubek, R. (dir.). *Design of Computing Systems: Social and ergonomic considerations*. Amsterdam : Elsevier.
- Yannakakis, G. et Paiva, A. (2015). Emotion in Games. Dans Calvo, R., D'Mello, S., Gratch, J., Kappas, A. (dir), *The Oxford Handbook of Affective Computing*, Londres : Oxford.
- Zahorik, P. et Jenison, R. (1998). Presence as Being-in-the-World. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 7(1).

Zillmann, D. (1994). Mechanisms of emotional involvement with drama. *Poetics*, (23), 33-51.

Zillmann, D. (1996). The Psychology of Suspense in Dramatic Exposition. Dans P. Vorderer, H-J. Wulff, M. Friedrichsen (dirs.), *Suspense, Conceptualizations, Theoretical Analyses, and Empirical Explorations*. Londres : Lawrence Erlbaum Associates.

ANNEXE 1

QUESTIONNAIRE

Questions	dimensions et sous-dimensions explorées
Quel est ton âge?	Données sociodémographiques
Quel est ton pays de naissance? (Si ce n'est pas le Canada) À quel âge as-tu déménagé au Canada?	Données sociodémographiques
(Question qui est devenue courante de poser en recherche) À quel genre est-ce que tu t'identifies? (homme, femme, autre)	Données sociodémographiques
Avant de visionner la capsule <i>Connais-tu la limite?</i> , avais-tu déjà expérimenté un dispositif de réalité virtuelle? (Si oui) Lequel, combien de fois et dans quel contexte?	Habitude Nouveauté
Dans quelle(s) disposition(s) étais-tu durant l'expérience? Par exemple, te sentais-tu stressé, en forme, préoccupé, fatigué, etc. sans nécessairement me fournir la raison?	Contexte Prédisposition
À quel point as-tu apprécié l'expérience de visionnement de la capsule <i>Connais-tu la limite?</i>	Appréciation
Peux-tu me décrire le contenu de la capsule brièvement?	Sensibilisation
Quel était le message véhiculé par la capsule selon toi?	Sensibilisation Éducation
À quel point est-ce que le mot d'introduction fait par les intervenantes du Y des femmes a orienté ta compréhension le message de la capsule?	Contexte Leader d'opinion

Avant de regarder la capsule, entendais-tu souvent parler du consentement sexuel? Si oui, dans quel contexte ? Qu'est-ce qui en était dit ?	Opinion préalable Contexte
Avant de regarder la capsule, que pensais-tu consentement sexuel?	Opinion préalable Contexte
Est-ce que ton opinion a changé depuis le visionnement de la capsule ? Comment ?	Sensibilisation
Est-ce que la capsule t'a appris quelque chose sur le consentement sexuel? Si oui, quoi?	Sensibilisation Éducation
Quelles émotions as-tu ressenties durant le visionnement?	Émotion Empathie
À quel point as-tu réussi à oublier que tu étais dans la tente? À ton avis, quels éléments de la capsule ont contribué à te faire oublier/quels éléments de la capsule t'ont empêché d'oublier?	Immersion Transport
T'es-tu senti présent dans l'appartement du garçon? Si oui, peux-tu me décrire ton sentiment?	Immersion Transport
As-tu ressenti de la compassion pour l'un des personnages ou pour les deux personnages? Si oui, pourquoi?	Sensibilisation Émotion
As-tu eu mal au cœur ou à la tête durant l'expérience? Si oui, quand et à quel point?	Interface physique Mal des transports
Ressentais-tu le poids du casque et si oui, à quel point est-ce que ça te dérangeait?	Interface physique
Aurais-tu préféré que le sens du toucher soit stimulé lors de l'expérience? Pourquoi?	Interface physique
Qu'est-ce ça t'a fait de ne pas pouvoir te lever et marcher dans l'espace?	Interface physique
Comment trouvais-tu la qualité de l'image? (Si piètre) À quel point est-ce que ça te dérangeait?	Interface graphique

Qu'est-ce ça t'a fait de ne pas pouvoir sélectionner les répliques du personnage? Aurais-tu préféré pouvoir influencer le déroulement de l'histoire?	Narrativité Interactivité
À quel point as-tu trouvé l'histoire plausible? Penses-tu que ce genre de situation se produit fréquemment?	Narrativité Plausibilité
À quel point étais-tu curieux de connaître le dénouement de l'histoire?	Narrativité
Aurais-tu préféré avoir plus d'informations sur les personnages? Lesquelles?	Personnage Niveau de développement
Qu'est-ce que ça t'a fait de voir un corps différent du tien à partir de ton point de vue?	Point de vue Identification
Est-ce que les réactions verbales de la jeune fille étaient suffisantes pour comprendre ses réactions?	Personnage Identification
Aurait-il été préférable de voir le reflet de son visage ?	Personnage Identification
Trouvais-tu les réactions des personnages crédibles?	Personnage Narrativité
Avais-tu l'impression que le garçon s'adressait directement à toi?	Personnage Extension de soi
Selon toi, quels sentiments éprouvent les deux personnages au début de la scène?	Personnage Empathie
Selon toi, quels sentiments éprouvent les deux personnages lors du baiser?	Personnage Empathie
Selon toi, quels sentiments éprouvent les deux personnages à la fin de la scène	Personnage Empathie
À quel point avais-tu l'impression d'être le personnage féminin? Quels sont les éléments de la capsule qui favorisaient/empêchaient ce sentiment?	Identification Extension de soi

Est-ce que le garçon t'a fait penser à quelqu'un de ton entourage? Si oui, en quoi sont-ils similaires?	Sensibilisation Transfert des affects
Est-ce que la fille t'a fait penser à quelqu'un de ton entourage? Si oui, en quoi sont-ils similaires?	Sensibilisation Transfert des affects
Avais-tu l'impression que les mouvements de l'image étaient bien synchronisés aux mouvements de ta tête?	Interactivité
As-tu trouvé le décor réaliste?	Spatialité Réalisme
À quel point as-tu été distrait par les bruits ambiants ou les gens qui se trouvaient en dehors de la tente durant le visionnement?	Contexte de visionnement
As-tu parlé de la capsule avec des amis qui l'ont aussi visionnée? Si oui, qu'en avez-vous dit ?	Contexte Leader d'opinion
As-tu parlé de la capsule avec tes proches ou amis qui ne l'ont pas visionnée? Si oui, qu'avez-vous dit ?	Contexte Leader d'opinion
À quel point est-ce que tu t'investis émotionnellement lorsque tu regardes des films, des émissions de télévision ou que tu lis des livres (que ce soit en ressentant de la tristesse, de la peur et de la frustration, etc.)?	Contexte/personnalité Propension à l'empathie Propension à l'identification
À quelle fréquence est-ce que ça t'arrive d'être tellement captivé par un livre, un film ou une émission de télévision que tu n'as plus conscience de ce qui se passe autour de toi et que tes proches ont de la difficulté à obtenir ton attention?	Contexte/personnalité Propension à l'immersion fictionnelle
Trouves-tu que les capsules de réalité virtuelle sont un bon moyen de sensibiliser à des causes? Pourquoi?	Sensibilisation
Est-ce que c'est une bonne idée qu'a eu le Y des femmes de faire une tournée des cégeps avec la capsule? Pourquoi?	Sensibilisation
Y a-t-il un commentaire que tu aimerais ajouter avant que l'on termine?	Général

Sous quel pseudonyme (sérieux comme un prénom) aimerais-tu que l'on réfère à toi dans le compte rendu de la recherche pour préserver ton anonymat?	Anonymat
Souhaitez-vous réviser la transcription de l'entrevue avant que les résultats de la recherche soient publiés? (Je l'envoie par courriel et tu as deux semaines pour le lire)	Éthique

ANNEXE 2

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

UQÀM Comités d'éthique de la recherche avec des êtres humains	No. de certificat 1629 Certificat émis le 02-03-2017
---	---

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE 2 communication, science politique et droit, arts) a examiné le projet de recherche suivant et le juge conforme aux pratiques habituelles ainsi qu'aux normes établies par la *Politique No 54 sur l'éthique de la recherche avec des êtres humains* (Janvier 2016) de l'UQAM.

Titre du projet	RÉALITÉ VIRTUELLE SENSIBILISATION PAR L'EMPATHIE? Étude exploratoire de la campagne du Y des femmes, « connais-tu ta limite? le consentement en 360 degrés »
Nom de l'étudiant	Chloé LUCHS TASSÉ
Programme d'études	Maîtrise en communication (communication internationale et interculturelle)
Direction de recherche	Gabrielle TRÉPANIÉR JOBIN

Modalités d'application

Toute modification au protocole de recherche en cours de même que tout événement ou renseignement pouvant affecter l'intégrité de la recherche doivent être communiqués rapidement au comité.

La suspension ou la cessation du protocole, temporaire ou définitive, doit être communiquée au comité dans les meilleurs délais.

Le présent certificat est valide pour une durée d'un an à partir de la date d'émission. Au terme de ce délai, un rapport d'avancement de projet doit être soumis au comité, en guise de rapport final si le projet est réalisé en moins d'un an, et en guise de rapport annuel pour le projet se poursuivant sur plus d'une année. Dans ce dernier cas, le rapport annuel permettra au comité de se prononcer sur le renouvellement du certificat d'approbation éthique.

Conditions particulières

L'étudiante s'engage à nous faire parvenir sa validation scientifique à l'issue de sa soutenance. Suite à cela, le Comité lui remettra un certificat éthique valide pour une durée d'un an.



Mouloud Boukala
Président du CERPE 2 Faculté de communication, de science politique et droit et des arts
Professeur, École des médias