

Grzadziel Bartłomiej
Branchu Corentin
DeAndrés Esteban
Pontoire Julien
Gaucherand Gabriel

Meta - Metaverse / réalité virtuelle (exposé) : traitement médiatique du sujet

Corpus:

Problématique : De quelle façon le métavers est-il médiatisé ?

Partie I : Le métavers : Communication

1) Communication de ceux qui le détiennent

- À qui appartient le métavers ?
- Communication (Facebook)
 - Réseaux sociaux
 - Spots publicitaires
 - Changement de nom
- Les casques de réalité virtuelle

2) Communication de ceux qui l'utilisent

- Différents types d'usage
- Stratégies marketings
- Stratégies "nouvelles"
- Stratégies "anciennes"

Partie II : Le métavers et les médias traditionnel

1) Une vision du métavers par la presse écrite

- Le métavers du TIME
- Le métavers de Epsilon
- Les dangers du métavers

2) Des projets aux résultats mitigés

- Le métavers de l'union Européen
- Le métavers de facebook
- Le métavers à la télévision (BBC et TF1)

Texte oral:

Partie “Introduction”

Julien

Slide 1-3

Nous allons vous présenter le thème du métavers et plus particulièrement de quelle façon il est médiatisé.

Slide 4-5

Pour se faire nous allons commencer par une introduction pour définir ce qu'est le métavers et ses différents aspects. Nous verrons ensuite toute la communication qui est réalisée autour, que ce soit de ceux qui le détiennent ou ceux qui l'utilisent. Nous verrons dans un 3ème et dernier temps quelle vision du métavers ont les médias traditionnels.

Slide 6

Pour introduire cette notion de métavers, nous allons commencer par définir qu'est-ce que le métavers puis nous verrons sa présence et ses impacts.

Slide 7

Nous allons commencer par une définition du métavers, nous verrons ensuite qui le produit et l'utilise et nous parlerons ensuite des NFT et de leur lien avec le métavers.

Slide 8

Le mot métavers désigne un univers virtuel qui peut regrouper plusieurs mondes virtuels différents.

L'entreprise “meta” (anciennement facebook) n'est en réalité pas celle qui a créé le terme de “métavers”, il s'agit simplement du préfixe “méta” suivis de “vers” qui signifie donc un univers dans un univers (cf métadonnée = les données sur une donnée) et est apparue la première fois en 1992 dans le livre “Snow Crash” (“Le samouraï virtuel” en version française) de Neal Stephenson; livre qui est aujourd'hui considéré comme une vision remarquablement prémonitoire par de nombreux ingénieurs et entrepreneurs.

Slide 9

En général, le métavers est donc un monde virtuel qui peut être rejoint par une personne utilisant un casque de réalité virtuelle. Cette personne est alors représentée dans ce monde par un avatar qui peut être à son effigie ou non.

Slide 10-12

Il existe énormément de mondes extrêmement variés dans le métavers et il est possible de faire pratiquement tout ce que l'on veut, que ce soit retrouver des amis que l'on a pas vu depuis longtemps dans un bar virtuel ou bien assister à un concert virtuel. Certaines entreprises comme Walmart ont même créé des magasins virtuels dans lesquels il est possible de faire ses courses et la liste des articles achetés est ensuite envoyée à un magasin réel qui va préparer votre liste de courses. Nous étudierons le cas de Walmart plus en détail dans la suite.

Slide 13-14

Les entreprises qui produisent et utilisent la technologie du métavers sont diverses et ne sont pas limitées à un seul secteur. On peut retrouver des jeux vidéo (ex : PUBG, VR-Chat, Minecraft ou encore Fortnite qui a réalisé plusieurs concerts virtuels) ou bien des réseaux sociaux qui créent un monde virtuel de rencontre (ex : Meta qui a créé Horizon Worlds). D'autres entreprises créent également des mondes virtuels pour leurs besoins internes : Carrefour a par exemple utilisé un monde virtuel pour réaliser ses entretiens d'embauche. On peut également citer les entreprises qui fabriquent les casques VR car ce sont grâce à elles que l'on a accès à ces mondes virtuels.

Slide 15-17

Le métavers est également relié à une autre notion très populaire à notre époque : les NFT (Non-Fungible Token). Les NFT correspondent à l'achat d'une propriété numérique unique. Il n'y a pas de limite, tout ce que l'on veut peut être un NFT. Vous en avez sûrement déjà entendu parlé, c'est une notion très populaire mais également très controversée. En effet, bien qu'acheter une propriété numérique en fait de vous son unique propriétaire, de nombreuses personnes n'hésitent pas à voler cette propriété en la copiant. Cependant, cette copie n'est pas possible dans le métavers et de ce fait cette idée de propriété numérique fait beaucoup plus sens. Sur le métavers, si vous achetez une propriété numérique elle vous appartient et à vous seulement, personne d'autre ne pourra jamais y avoir accès à moins que vous le lui vendiez et il sera alors l'unique possesseur de ce NFT. Les NFT sont donc une part très importante de l'économie du métavers. Comme dans certains jeux vidéos célèbres, les utilisateurs vont chercher à obtenir par exemple les meilleurs cosmétiques pour leurs avatars. Certains métavers fondent d'ailleurs tout leur principe autour des NFT comme The Sandbox, dans lequel vous pouvez acheter un emplacement de propriété virtuelle et par exemple y construire une maison.

Slide 18

Nous allons maintenant parler de la présence et de l'impact des métavers. Nous allons tout d'abord voir des exemples de métavers dans notre culture, nous verrons ensuite leur impact et pour finir nous verrons comment ils sont médiatisés.

Slide 19-20

On entend énormément parler du metavers ces dernières années, essentiellement depuis le changement de nom de Facebook en Meta. Pourtant cette idée est ancrée dans nos vies depuis bien plus longtemps.

Le film Matrix sorti en 1999 est un exemple de cette présence. Dans ce film, les protagonistes essaient de fuir le monde virtuel dont ils sont prisonniers.

A cette époque, l'idée générale sur un univers virtuel existe déjà sans pour autant que des personnes cherchent à développer cette technologie.

Plus le temps est passé et plus on a commencé à voir cette idée de monde virtuel partout : dans certains épisodes de la série Black Mirror, dans le film Ready Player One, dans des mangas comme Sword Art Online ou encore dans les jeux vidéo comme Minecraft.

Slide 21-22

Cependant le métavers est une technologie assez avancée et de ce fait elle ne touche pas toute la population mondiale. La majorité des utilisateurs sont ceux des pays très

développés comme l'Europe et l'Amérique et de ce fait ces mondes virtuels seront énormément influencés par ces populations. Si on prend l'exemple de Horizon Worlds, le métavers de Meta, ce dernier n'est disponible qu'au Canada, en France, en Islande, en Irlande, en Espagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

En effet, les différents métavers sont très marqués par la consommation de masse ce qui soulève certaines questions notamment sur l'aspect publicitaire présent au sein des métavers. Sur cette image par exemple, on peut retrouver un panneau publicitaire dans le Métavers permettant de louer cet emplacement pour y afficher ce qu'on veut.

Slide 23-24

D'un autre côté, ce phénomène étant assez "nouveau", il suscite différentes approches et critiques dans les médias plus traditionnels de notre époque.

C'est ainsi qu'en ressort la problématique à laquelle nous allons tenter de répondre:

De quelle façon le métavers est-il médiatisé ?

Partie “Le métavers : Communication”

Slide 27

Introduction

Le métavers est à la fois produit et outil de communication. Il est un produit en ce sens où il fait l'objet d'un bien, ayant une valeur commerciale, dont les entreprises qui le possèdent en font l'affichage. D'autre part, le métavers permet une nouvelle forme de communication et à la manière des réseaux sociaux numériques, il permet aux entreprises qui le souhaitent de l'utiliser comme un mur d'affichage -au sens figuré comme au sens propre- en y faisant leur publicité.

Nous allons donc dans un premier temps nous intéresser à la façon dont les sociétés détentrices du métavers le vendent après que nous les ayons définies, puis à la manière dont d'autres entreprises s'en servent dans leur stratégie commerciale.

Slide 30

À qui appartient le métavers ?

Le métavers en tant que tel n'appartient à personne. Cependant, chacun peut créer son "propre métavers" comme le font de nombreuses entreprises.

On retrouve ainsi des métavers à différents usages et construits par différents moyens. On a par exemple Horizon Worlds, le métavers de Facebook, des univers créés par des sociétés spécialisées dans la réalité virtuelle comme Pico Worlds, le métavers relatif à Fortnite produit par Epic Games qui est une société de jeux vidéo, ou encore des mondes virtuels créés par des utilisateurs, comme Decentraland mais également des métavers privés appartenant à des entreprises n'ayant pas forcément de rapport avec le virtuel mais qui souhaitent en faire un moyen de communication ou de développement au sein de leur société.

Ce ne sont bien sûr que des exemples et il existe bien plus de projets. On remarque par ailleurs, sans étonnement, que les GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft) ont tous investi de façon très importante dans le métavers bien que nous n'ayons évoqué que Facebook.

Nous allons justement nous pencher sur la stratégie de communication de Facebook en ce qui concerne son implication dans le métavers.

Slide 32

Communication (Facebook) :

Réseaux :

Mark Zuckerberg, le directeur général de Facebook, a fortement communiqué via son réseau social sur le développement d'Horizon Worlds, leur monde virtuel. On retrouve ainsi des publications publiques sur Facebook dans lesquelles des visuels de ce monde sont accompagnés de messages par lesquels il informe de l'avancement du projet. Suite à un

premier post ayant reçu de nombreuses railleries étant donné la qualité douteuse des graphismes, Mark Zuckerberg a publié dans les jours qui ont suivi le premier post, de nouvelles images et un nouveau message visant à recrédibiliser la société et ses capacités tout en s'excusant de la première impression donnée et en demandant au public de ne pas se tenir uniquement à cette dernière.

Spots :

D'autre part, la société a produit plusieurs spots publicitaires promouvant Horizons World.

(Slide 33)

Dans cette vidéo (retrouvable sur YouTube), l'accent est mis sur les possibilités offertes par le virtuel sur l'aspect éducatif. Elle expose plusieurs situations, telles qu'une salle de conférences virtuelle dans laquelle se déroulent des cours à distance dont l'interactivité est décuplée par l'informatique, des salles d'opération fictives permettant aux chirurgiens de s'exercer sur de faux corps avant d'opérer de réels patients, ou encore une classe d'élèves qui visite la Rome antique afin d'assister à un débat.

Du point de vue de la conception de la vidéo, voici une brève analyse :

- la musique extradiégétique est à la fois solennelle et épique, ce qui permet de saisir l'attention du consommateur
- il y a près de 20 plans en 30 secondes de vidéo avec un montage de type cut, donnant un rythme rapide qui vient accentuer l'idée de captiver le spectateur
- la vidéo est dotée d'une voix-off qui décrit les éléments énoncés précédemment concernant les possibilités offertes
- on retrouve à l'image des personnages (personnes et avatars) de multiples origines ethniques, pour la plupart souriants et à la fois sérieux
- enfin, la dernière phrase de la voix-off est « *[the metavers may be virtual, but]* the impact will be real ». C'est également le titre de la publication, c'est le message principal que veut transmettre cette communication commerciale

Le spot met en scène trois situations, déjà évoquées, qui impliquent respectivement des étudiants, une jeune chirurgienne et une classe. On peut d'une certaine façon y voir les différentes étapes de l'apprentissage : être élève (la classe), puis étudiant, et enfin arriver aux portes du monde du travail. C'est ce que permettrait le métavers de Facebook.

D'autre part, le début et la fin de la vidéo sont dans une forme de continuité (on pourrait dire une boucle) puisque dans le premier plan on voit un jeune homme (un étudiant) qui "enfile" un casque de réalité virtuelle pour se connecter au métavers, et que dans le dernier, c'est une jeune femme (la chirurgienne) qui le retire, une fois son intervention finie, pour revenir au monde réel. À travers cette mise en scène, l'accès au métavers est présenté comme simple et rapide d'une part, et les casques comme peu encombrants et à l'allure moderne. Ces mêmes casques -on le verra par la suite- sont également des produits du métavers, et Facebook en commercialise plusieurs modèles.

Nom :

En plus d'être un produit, le métavers, ne serait-ce que de par son nom, fait l'objet d'un outil de communication commerciale sous plusieurs angles. Fin 2021, la société Facebook a changé de nom pour devenir « Meta ». En effet, ce nom qui est la contraction de « métavers

», a permis à l'entreprise d'exprimer son souhait de se pencher sur les mondes virtuels. Cependant ce changement d'appellation avait également pour objectif de mettre la société sous les projecteurs, car le mot « métavers » par sa nouveauté et sa complexité, tend à attirer l'attention et crée une forme d'engouement.

Slide 36

Les Casques :

Pour avoir accès aux divers métavers, il faut avoir le matériel adapté : un casque de réalité virtuelle (VR). Ces casques sont produits et commercialisés par de nombreuses entreprises telles que Meta (voir plus haut), Hewlett-Packard (HP) et bien d'autres comme Pico (également cité auparavant), etc...

Nous avons analysé deux visuels numériques de publicité pour les casques de Meta et d'HP (images provenant des sites internet respectifs des entreprises).

Meta Quest Pro :

•→ Dénotation :

- Signes iconiques :
Casque de réalité virtuelle ; manettes ; clavier ; bureau (bois) ; livres
- Signes linguistiques :
"VOICI LE META QUEST PRO" ; "le plus avancé à ce jour" ; "toute nouvelle façon" ;
"travailler [...] créer [...] collaborer" ; "À partir de 1 799,99 €"
- Signes plastiques :
 - Cadrage : gros plan
 - Composition : focalisée
 - Couleurs : froides, sombres
 - Perspective : "flou" progressif (focale)
 - Lumière : latérale / naturelle (fond) ;
zénithale / artificielle (casque)

•→ Connotation :

- Simple à intégrer dans son espace de travail / accessoire de travail
- Une nouvelle technologie de pointe
- Accroît la productivité
- Adaptable et utilisable depuis chez soi (le casque n'est pas dans un milieu High-Tech)

HP Reverb G2 :

➤ Signes iconiques :

- le casque et les manettes
- plusieurs tableaux
- des plans/schémas
- des hologrammes

➤ Signes linguistiques :

“Designed for what you do” -> Créer pour ce que vous faites

“Create designs and prototypes, make adjustments before producing a physical product and manage workflows with impressive collaboration, review and experience in VR.”

Traduction : “Créez des prototypes et des designs, effectuez des ajustements avant de produire un produit physique et gérez les flux de travail avec une impressionnante collaboration, révision et expérience en réalité virtuelle.”

➤ Signe plastique :

Mise en scène :

Une personne est en train de travailler avec un casque VR et de manipuler un hologramme que seul lui est censé voir dans son casque. Différents tableaux de travail munis de plans ou blueprints connotent l'idée du développement d'un nouveau produit à l'aide du HP Reverb G2.

Lumière/parcours du regard :

La lumière est disposée au-dessus de la personne ce qui illumine dans un premier temps sa tête ainsi que le casque VR qui est dessus, ensuite on descend le long de ses bras en mouvement pour voir les deux manettes qui manipulent l'hologramme. Ensuite on est libre de s'intéresser au reste du décor pour comprendre que la personne travaille.

➤ Interprétation :

L'image nous laisse penser qu'avec un HP Reverb G2 on est capable de manipuler des éléments virtuels de manière simple et permet ainsi d'atteindre un nouvel aspect de la conception ou de la révision quasiment futuriste.

Le casque VR est un outil nécessaire pour intégrer les entreprises dans le métavers. On est ici au début de la digitalisation des procédés qui mène à la création des objets physiques : l'objet sera produit virtuellement avant d'être produit réellement.

Slides Les entreprises dans le métaverse :

Slide 40

Différents types d'usage :

Nombreuses entreprises ont d'ores et déjà commencé leur communication autour du métavers et certaines d'entre elles l'utilisent déjà.

Prenons les exemples de SeLogger, Carrefour et Walmart :

SeLogger se focalise sur le logement d'appartement dans le monde réel et a déjà implémenté les visites virtuelles d'appartements réels à l'aide d'un casque vr. Cependant, cette entreprise ne compte pas s'arrêter là puisqu'elle a déjà annoncé son lancement dans le métavers afin d'y effectuer des visites virtuelles d'appartements virtuels.

D'un autre côté, Carrefour qui est pourtant une entreprise qui se focalise sur la vente de consommables a utilisé pour la première fois le métavers afin d'y réaliser un entretien d'embauche de grande envergure. En effet, 50 personnes se sont connectées en même temps pour réaliser leur entretien. Constitué d'une présentation peu engageante et d'un monde pauvre, on n'est pas sûr de pouvoir qualifier cette opération de réussite vu qu'aucune autre opération de ce type n'a été réalisée depuis.

Slide 41:

Enfin, Walmart qui s'était déjà lancé dans la construction d'une île virtuelle sur Roblox, a annoncé travailler sur des magasins virtuels dans lesquels l'utilisateur pourrait facilement faire ses courses.

Slide 42 : Comme vous pouvez le voir sur la première photo, une personne vient nous guider et nous proposer différents articles.

Slide 43 : Sur la deuxième photo, on peut apercevoir que dès que l'utilisateur saisit un article, une brève description de celui-ci s'affiche accompagnée de son prix. A noter que l'utilisateur ne se déplace pas vraiment dans le magasin, mais c'est plutôt le magasin qui se "déplace" en fonction des choix de l'utilisateur. Par exemple, si l'utilisateur désire changer de rayon, les étagères s'abaissent et remontent avec des produits différents. Cela permet en quelque sorte d'économiser du temps au client et qu'il ne passe pas son temps à chercher les articles.

Slide 45 :

Stratégies marketing dans le métavers :

Nous avons départagé les stratégies marketings en deux catégories : celles déjà connues de tous qui apparaissent sur les réseaux, dans les villes qu'on va appeler "anciennes" et celles qui vont voir le jour uniquement dans le métavers qu'on va appeler "nouvelles".

Slide 46 : Les stratégies dites "anciennes" :

Le métavers se basant sur notre réalité, il est clair que nous allons y trouver les mêmes types de publicités que dans le monde réel.

Slide 47 : Des affiches aux billboards, certains métavers sont déjà en train de proposer des emplacements à publicité aux entreprises comme nous pouvons le voir sur l'image du métavers "NFTplaza".

De nombreux magasins seront aussi placés dans les rues avec cependant une architecture bien plus spectaculaire afin d'attirer l'œil dans la rue.

Slide 49 : H&M a déjà montré à quoi ressemblerait un de leur magasin et on peut clairement voir que l'architecture est très différente des magasins réels. Pour une entreprise qui propose d'habitude des vêtements pour les personnes de toute classe sociale, cette architecture pourrait faire penser qu'il s'agit d'une marque de luxe.

Enfin, comme cela se fait déjà avec les cookies, les publicités seront principalement ciblées en fonction de nos goûts et préférences. De plus, des trackers de regard seront implémentés dans les casques VR afin d'analyser quels types de publicités vous attire le plus l'œil afin de vous les afficher le plus souvent possible.

Slide 52 : Enfin, le sujet le plus pertinent à analyser est la publicité dite "nouvelles" qui est déjà prévue voire implémentée dans de nombreux métavers.

Commençons par le concept de propriété :

Slide 53 : Le métavers "SandBox" vend aujourd'hui des propriétés aux grandes entreprises afin que celles-ci puissent y construire des structures ou implémenter diverses fonctionnalités. Comme nous pouvons l'observer sur l'image, de nombreuses entreprises comme Atari, Ubisoft et bien d'autres ont déjà commencé à se procurer des terrains.

Slide 54 : En zoomant sur la propriété de Carrefour, nous pouvons observer à quoi ressemblent ces dits-terrains. Sur ces terrains pourront être construits des endroits d'amusements ou des magasins à l'image de ce qu'a fait Walmart dans le jeu Roblox.

Parlons maintenant des NFTS qui jouent un rôle primordial dans les différents métavers. En effet, comme expliqué précédemment, les NFTS assurent aux acheteurs l'idée de possession dans le monde virtuel. Ce concept tout nouveau permettra aux utilisateurs du métavers de se procurer des vêtements, tableaux... qui seront uniques. En effet, prenons l'exemple de la chaussure Nike : cette chaussure a été un véritable carton et se revend aujourd'hui à des milliers d'euros. On imagine facilement par suite voir cette chaussure implémentée dans le métavers.

Slide 56 : En zoomant sur l'image de droite, on peut avoir un aperçu (fait par un artiste) des appartements du métavers accompagnés de leurs NFTS (par exemple, ici, on peut imaginer que les tableaux de la pièce sont uniques et que vous ne les trouverez nulle part ailleurs dans tout le métavers).

Slide 57 : Enfin un dernier concept qui vient d'émerger, c'est l'implémentation de stars comme outil de communication. En effet, aujourd'hui, beaucoup d'entreprises utilisent le partenariat afin de faire valoir leur produit aux yeux du grand public. C'est pourquoi certains grands artistes comme Quavo et Rihanna ont déjà vu leur silhouette recréée dans le métavers comme nous pouvons le voir sur la première image. Ces silhouettes seront utilisées dans le but de la promotion en rentrant directement en contact avec les utilisateurs du métavers. Imaginez-vous en train de vous balader dans le monde virtuel et croiser Rihanna dans la rue qui vient vous voir afin de vous parler d'un produit sponsorisé. Toutefois, le concept de stars peut être poussé encore plus loin comme l'a fait Fortnite avec Travis Scott qui a performé un concert virtuel en live devant 12 millions de joueurs.

Nous avons présenté trois nouveaux outils de communication, mais il y en a des centaines en développement comme par exemple des billboards entiers qui affichent un contenu différent pour chaque utilisateur...

Partie “Le métavers et les médias traditionnel”

- Sous partie “Une vision du métavers par la presse écrite”

Slide: Ce que dit la presse écrite du métavers

Le métaverse au cours de cette dernière année a reçu un immense boost de popularité dans la presse écrite après l'annonce de Mark Zuckerberg de se concentrer sur le métaverse. Néanmoins la presse écrite a une vision bien particulière étant donné qu'ils ne sont pas les principaux acteurs de la construction du métavers.

Slide: Première de couverture

Présentation succincte des deux couvertures que nous allons analyser.

Slide: Time

Time est un magazine hebdomadaire grand public. Ses unes sont très connues pour représenter l'actualité de manière originale.

Zoom sur les éléments plastiques que l'on voit dans la une:

- personnage central qui est un homme et le casque d'astronaute=réalité virtuelle, désir de s'évader, avatar
- décor aux pieds du personnage centrale représentent sa jeunesse
- les emoji
- les avatars et les îles flottantes qui représentent la vision du métavers du Time comme étant plein d'endroits que l'on peut visiter

Slide: Epsilon

Epsilon est un magazine d'actualité scientifique donc possibilité de parler du métavers différemment que le Time.

Zoom sur les éléments plastiques

On voit que la représentation du métavers est bien différente et non idéalisée comme celle du Time avec un style beaucoup plus réel

Représentation d'une femme ce qui est plus rare car les hommes sont souvent plus représentés dans l'utilisation des nouvelles technologies.

Slide: Analyse

Tout est écrit dans le diaporama.

Slide: Article sur le métaverse

Présentation rapide des articles utilisés et notamment que l'article de The Conversation va parler essentiellement des dangers liés aux métavers donc sera traité différemment que les articles de Time et Franceinfo qui ont des structures similaires

Slide: Time et Franceinfo

Tout est écrit dans le diaporama.

Slide: Les dangers du métavers

Tout est écrit dans le diaporama.

Slide: Analyse

Tout est écrit dans le diaporama.

- Sous partie “Des projets aux résultats mitigés”

Slide 63

Les média moins récents montrent aussi les aspect plus négatifs du métavers et notamment les différents projets menés sur le métavers qui ont tendance à ne pas aboutir aux résultats voulu.

Slide 93

On va donc ici s'intéresser à nouveau à la presse écrite mais aussi à la télévision. Et allons essayer de voir si les médias anciens nous montrent un métavers à la hauteur des attentes.

Slide 94

Dans les projets qui ont beaucoup fait parler d'eux récemment on peut retrouver un monde virtuel créé par l'union européen ainsi que le métavers de Meta, plus souvent entendu sous le nom de "métavers de Facebook".

Le point commun entre ces deux projets est qu'ils ont tous les deux pas très bien marcher.

Slide 95

Intéressons nous d'abord au monde virtuel de l'union européen.

En octobre dernier, l'union européen a lancé un projet de monde virtuel visant un population entre 18 et 35 ans dans le but de sensibiliser ces utilisateurs à différents sujets importants et d'actualité.

Notamment sur les démarches environnementales, la lutte contre le covid 19, la lutte contre les inégalités de genre et encore bon nombre d'autres sujets.

On peut voir ici un article de Libération présentant une capture d'écran du monde. Dans celle-ci, on peut voir au premier plan l'avatar d'un joueur, un trombone dans une matière ressemblant à du plastique ainsi que son pseudo. Au second plan, d'un côté à été ériger une statue d'un homme lançant un coronavirus et de l'autre une piste de danse et d'autres avatars.

Dans l'article qui s'en suit, le monde est décrit comme un desert, 90% des avatars sont des bots, la voix des personnages non joueurs grésille tel des robots et pour finir des écran de cinéma flottent dans les airs pour projeter des clip sur les mesure prise par l'union européen.

Avec une références à Alice aux pays des merveilles et une comparaison à un monde mystique, l'auteur de l'article nous fait comprendre que ce monde est tel un mauvais rêve.

De plus, on y apprend que le prix de ce projet s'élève à presque 400 000€ ce qui rend le résultat de ce projet catastrophique. D'où l'utilisation du terme par rédacteur de cet article "metaflop".

L'utilisation d'un métavers par l'Union Européen ne semble pas avoir été pensée correctement, il ne s'agit en effet pas d'une technologie miracle qui peut être utilisée aussi facilement que l'on veut et pour des sujets tels que ceux-là.

Slide 94

On va maintenant regarder le cas du metavers le plus connu du grand public j'ai nommé Horizon Worlds, le métavers de Facebook.

Slide 96

Horizon Worlds est le métavers développé par Facebook depuis déjà plusieurs années avec un investissement à hauteur de plusieurs milliard de dollars par an (10 milliard en 2022)
On va s'intéresser ici à deux articles, le premier datant du 6 janvier 2022 et l'ouverture du premier métavers par Facebook puis un autre datant du 28 octobre 2022.

Le premier article vient du site internet du magazine Capital et paru le 6 janvier 2022 lors de l'ouverture du métavers Horizon Venues (une version moins avancée de Horizon Worlds).

On peut à nouveau voir un titre qui mentionne un flop ici pour les 3 concerts organisés à l'ouverture du monde. Il s'agissait de concerts de David Guetta, Young Thug, the Chainsmokers, Grand DJ et rappeurs internationaux.

Les 3 concerts ont réuni seulement 1 million de personnes au cumul, un maigre chiffre quand on sait que le dernier concert gratuit réalisé par David Guetta en 2021 réunissait près de 16 millions de personnes.

Dans l'article qui suit, on retrouve des mots forts tels que "échec cuisant" ou "passé inaperçu".

Cette échec s'explique par des problèmes techniques et une faible qualité de son selon le reporter de Capital

Sa conclusion est tout aussi impactante "il va falloir plus d'investissement pour attirer de nouveaux utilisateurs"

Maintenant 1 an après on retrouve dans un article du quotidien Ouest France paru le 28 octobre 2022, le titre ne change toujours pas, le métavers "Flop"

L'article nous parle des revenus en déclin de Méta qui, avec de moins en moins d'utilisateurs, peine à faire marcher sa seule source de revenu que sont les publicités à l'intérieur de leur monde virtuel.

Malgré des milliards d'euros dépensés, une entreprise telle que Facebook a beaucoup de mal à faire évoluer son projet de métavers.

Slide 94

Ainsi de ce qu'on peut voir sur la presse écrite, de gros projet sur le métavers flop et ne répondent pas aux attentes malgré de grandes quantités d'argent dépensé.

La qualité des mondes et la fréquence des utilisateurs ne permettent visiblement pas des projets de grandes envergures.

Slide 93

Quand est-il maintenant de la place du métavers à la télévision ?

Slide 100

Nous allons voir si la réalité virtuelle et le métavers sont des outils pratiques et intéressants d'après la télévision.

Slide 101

Nous allons ici regarder 2 extraits de journaux télévisés, le premier provenant de la chaîne youtube de BBC News datant du 20 décembre 2021 et l'autre du journal de 20h de TF1 du 27 novembre 2021.

Appuyer sur flèche de droite pour lancer la vidéo, la regarder de 25sec à 51 sec. Une fois 51sec atteintes appuyer sur la flèche de gauche pour revenir à la slide précédente.

On va se focaliser ici plutôt sur ce que l'on a pu voir et non entendre puisqu'il s'agit simplement d'une présentation du métavers comme vous avez pu avoir au début de notre présentation.

L'extrait commence donc par deux personnes qui s'équipent de casques VR pour se rejoindre ensuite dans la suite de l'extrait.

Par la suite, on peut donc voir 3 plans cut différents, le premier plan est un plan assez rapproché où l'on peut voir l'intervenant et le présentateur au sein d'un monde virtuel, ils sont cadrés au niveau du torse de leur avatar, et en fond on retrouve un bureau et un paysage de vallée au travers des fenêtres.

Le second plan est un point de vue de du présentateur dans lequel on peut voir le reste de la pièce mais aussi la particularité que les avatars semblent visiblement n'être qu'un torse et une tête.

Le troisième plan est similaire au premier mais plus reculer dans lequel on peut voir que les jambes des avatars n'existe pas.

On observe aussi au long de la vidéo les différents bug d'affichage avec notamment des bras qui passent au travers de la table ou qui se passent au travers l'un l'autre.

Maintenant comparons ce que l'on vient de voir avec le Jt de TF1

Regarder “<https://www.facebook.com/watch/?v=303117848333571>” de 42sec à 1min50

L'extrait commence donc à nouveau par le présentateur qui s'équipe d'un casque VR, puis son avatar apparaît à côté de lui. Il nous présente ensuite la fonctionnalité de personnalisation de son l'avatar avant d'enlever son casque VR.

Ici le JT à choisit de ne montrer aucune image interne d'un monde virtuel mais seulement des incrustations de personnage très probablement créer simplement en modèle 3D et animé à la main.

La suite de l'extrait nous présente différentes fonctionnalités que pourra présenter le métavers. Et appui sur le fait que tout pourra être réalisé tout seul depuis sa maison.

Ainsi la présentation du métavers par les média d'informations télévisées mettent en avant plusieurs éléments importants.

Là où la BBC à fait le choix de montrer réellement le monde virtuel et ses défauts visuels, TF1 a préféré offrir des images fausses mais plus prometteuses.

De plus, l'aspect éloigné de la réalité semble aussi être un point sur lequel ils s'appuient tous les deux d'un côté les 2 présentateurs qui changent complètement de monde et de l'autre le présentateur qui enlève son casque pour reparler à la présentatrice.

Slide 100

Les deux extrait que l'on à étudié ici sont malheureusement les seules disponible qui parle du métavers pour un grand public depuis fin 2021 et ainsi traduit le manque d'intérêt qu'à la télévision au projet du métavers de plus elle en montre des défauts assez majeures qui ne donne pas une image forcément attrayante du metavers.

Slide 93

On à donc vu dans cette partie que malgré les énormes possibilités du métavers, la presse plus ancienne porte aussi un regard important sur les aspects beaucoup moins prometteurs de cette technologie.

Fin de la sous partie

Partie “Conclusion”

Slide 106

Nous avons pu voir dans un premier temps que de nombreuses entreprises venant de secteurs différents développent leurs propres métavers et qu'ils en font la communication grâce aux moyens courants de communication de notre époque, c'est-à-dire les publications sur les réseaux sociaux, les spots publicitaires ou encore des changements de nom qui attire beaucoup l'attention. Ces métavers peuvent être utilisés de différentes façons et pour répondre à différentes demandes.

Leur système économique est centré sur deux stratégies différentes : la stratégie “ancienne” tel que des billboards ou des magasins et la stratégie “nouvelle” avec par exemple les concepts de propriété ou encore les NFTs.

Dans un second temps, nous avons vu en analysant les une de journaux, les articles et les journaux télévisés concernant le métavers que les représentations étaient légèrement

différentes en fonction du support mais que certains points restaient similaires, notamment le fait que les journalistes semblent sceptiques quant à cette nouvelle “révolution” de l’ère numérique. Cette scepticité est renforcée par les résultats très mitigés de ces univers virtuels comme le soulignent de nombreux articles.

Pour conclure, nous avons vu au cours de cette présentation que le métavers est médiatisé de manière assez négative par les plus anciens médias mais est vu d’un tout autre œil par les médias plus récents, notamment dû à toutes les possibilités qu’ils peuvent offrir.

Bibliographie

Partie Introduction :

- métavers — *Wiktionnaire*. (s. d.-b).

<https://fr.wiktionary.org/wiki/m%C3%A9tavers>

- Odi Raphaëlle, "Comment le roman Snow Crash a inventé le « métavers », que Facebook prévoit maintenant de lancer", *apar*, 24/10/2021

<https://www.apar.tv/societe/books/comment-le-roman-snow-crash-a-invente-le-metavers-que-facebook-prevoit-maintenant-de-lancer/>

- Lellouche, N, "C'est quoi, le « métaverse » ?" *Numerama*, 08/09/2022

<https://www.numerama.com/tech/1083206-quest-ce-que-le-metaverse.html>

- "Sync Media Network, "This is how #Walmart envisions Shopping in the #Metaverse. #shopping", vidéo youtube, 5/01/2022

https://www.youtube.com/watch?v=u6UYGwPaLf8&ab_channel=SyncMediaNetwork

- Lilia (L.), "Les plus grandes entreprises impliquées dans l'industrie du métavers", *realite-virtuelle*, 21/01/2022

<https://www.realite-virtuelle.com/entreprises-industrie-metavers/>

- LeHuffPost, "Carrefour fait passer des entretiens d'embauche dans le métavers", vidéo youtube, 19/06/2022

https://www.youtube.com/watch?v=el8OOXa5cQk&ab_channel=LeHuffPos

- Gayte, A, "Qu'est-ce qu'un NFT (Non Fungible Token) ?", *Numerama*, 22/12/2022

<https://www.numerama.com/tech/693780-que-sont-les-nft-et-pourquoi-acheter-un-tweet-25-millions-de-dollars.html>

- Gayte, A, "Mais que viennent faire les NFT dans le métaverse de Facebook ?", *Numerama*, 26/09/2022

<https://www.numerama.com/tech/751378-mais-que-viennent-faire-les-nft-dans-le-metaverse-de-facebook.html>

- Soyez, F, "Métavers : Tout savoir sur The Sandbox, ce monde virtuel taillé pour les NFT et l'immobilier virtuel.", *CNET France*, 21/02/2022

<https://www.cnetfrance.fr/news/metavers-tout-savoir-sur-the-sandbox-ce-monde-virtuel-taille-pour-les-nft-et-l-immobilier-virtuel-39937721.htm>

- Site officiel de Meta, "Pays pris en charge pour Meta Horizon Worlds", Meta

<https://www.meta.com/fr-fr/help/quest/articles/horizon/explore-horizon-worlds/horizon-supported-countries/>

-Ivelina, "NFT Plazas Launches World's First Automated Metaverse Advertising System", NFT PLazas, 06/05/2022
<https://nftplazas.com/nft-plazas-launches-worlds-first-automated-metaverse-advertising-system/>


Partie Communication du métavers :

Sous partie : Communication de ceux qui le détiennent :

-Nate (2022, 17 novembre). Qui construit le Metaverse ? VR Expert | Fournisseur de VR/AR pour la France. <https://vr-experts.fr/qui-construit-le-metaverse/>

-Mark Zuckerberg (2022, 16 août). Publication Facebook.
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10114625396809351&set=pb.4.-2207520000.&type=3>

-Mark Zuckerberg (2022, 19 août). Publication Facebook.
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10114630004889721&set=a.529237706231>

-inc, M. (2022, 15 juin). The Impact Will Be Real [Vidéo]. YouTube.
 The Impact Will Be Real

-Facebook change de nom et devient Meta, avec un nouveau logo | BercyNumérique. (s. d.).
[Facebook change de nom et devient Meta, avec un nouveau logo | BercyNumérique](#)

-Page officielle de Meta. [Meta Quest Pro : notre nouveau casque VR le plus perfectionné | Meta Store](#)

-Site officiel de HP. [HP Reverb G2 VR Headset | HP® Official Site](#)

Sous partie : Communication de ceux qui l'utilisent :

-Marine Debelloir, "SeLogger se lance dans le metaverse pour proposer des visites immobilières virtuelles" , site de Crypocast, 30/09/2022
<https://cryptoast.fr/seloger-lance-metaverse-visites-immobilieres-virtuelles/>

-"Sync Media Network, "This is how [#Walmart](#) envisions Shopping in the [#Metaverse](#). [#shopping](#) ,vidéo youtube, 5/01/2022
https://www.youtube.com/watch?v=u6UYGwPaLf8&ab_channel=SyncMediaNetwork

-LeHuffPost, "Carrefour fait passer des entretiens d'embauche dans le métavers,vidéo youtube ,19/06/2022
https://www.youtube.com/watch?v=el8OOXa5cQk&ab_channel=LeHuffPos

-Francesca Perry, "Nike Will Let People Design and Sell Sneakers for the Metaverse", Wired, 14/11/2022
<https://www.wired.co.uk/article/nike-will-let-people-design-and-sell-sneakers-for-the-metaverse>

-Ivelina, "NFT Plazas Launches World's First Automated Metaverse Advertising System", NFT PLazas, 06/05/2022
<https://nftplazas.com/nft-plazas-launches-worlds-first-automated-metaverse-advertising-system/>

-Eric Martin, "H&M ouvre son premier magasin virtuel dans le métavers", ConseilsCrypto, 3/12/2022
<https://conseilscrypto.com/hm-ouvre-son-premier-magasin-virtuel-dans-le-metaverse/>

-Mathie Chartier, "Metaverse : l'énorme potentiel de la publicité ciblée bien anticipé par Facebook (Meta)", LESNUMERIQUES, 19/01/2022
<https://www.lesnumeriques.com/vie-du-net/metaverse-l-enorme-potentiel-de-la-publicite-ciblee-bien-anticipe-par-facebook-meta-n175117.html>

-Julie Delvallée, "Métavers : Carrefour achète son premier terrain sur The Sandbox [Vidéo]", LSA Commerce connecté, 31/01/2022
<https://www.lsa-conso.fr/metavers-carrefour-achete-son-premier-terrain-sur-the-sandbox-video-402406>

-Eli Tan, "Metaverse Goes Hollywood With Universal Music Group Avatar Partnership", CoinDesk, 9/12/2021
<https://www.coindesk.com/business/2021/12/09/metaverse-goes-hollywood-with-universal-music-group-avatar-partnership/>

-Administrator, "Comment faire de la publicité dans le metaverse ?", Portail-des-pme, 30/09/2022
<https://www.portail-des-pme.fr/commercial-marketing/comment-faire-de-la-publicite-dans-le-metaverse>

-Steve Glaveski, "6 WAYS TO ADVERTISE YOUR BRAND IN THE METAVERSE", Collective Campus, Aucune date précisée.
<https://www.collectivecampus.io/blog/6-ways-to-advertise-your-brand-in-the-metaverse>

Partie Le métavers par les médias traditionnels :

- Sous partie "Une vision du métavers par la presse écrite"

Pierre-Louis Caron, On vous explique ce qu'est le métavers, "l'internet du futur" qui fait rêver la tech, 16/09/2021, *franceinfo*

https://www.francetvinfo.fr/economie/bitcoin/on-vous-explique-ce-qu-est-le-metavers-l-internet-du-futur-qui-fait-rever-la-tech_4757523.html

Matthew Ball, The Metaverse Will Reshape Our Lives. Let's Make Sure It's for the Better, 18/07/2022, *Time*

<https://time.com/6197849/metaverse-future-matthew-ball/>

Réalité virtuelle, réalité augmentée : quels risques pour la santé ?, 07/10/2021, *The conversation*
<https://theconversation.com/realite-virtuelle-realite-augmentee-quels-risques-pour-la-sante-164250>

Couverture du Time:

<https://time.com/collection/into-the-metaverse-by-micah-johnson/6200186/time-into-the-metaverse-august-15-2022/>

Couverture Epsilon:

<https://www.uniqueheritage.fr/fr/bienvenue-dans-le-metavers-le-premier-monde-virtuel-a-decouvrir-dans-le-nouveau-numero-depsilon/>

- Sous partie “Des projets aux résultats mitigés”

Viniacourt, E. (2022, 1 décembre). Métavers de l’UE à 387 000 euros : des trombones, une voix robotique et dix clampins. *Libération*.

[https://www.liberation.fr/economie/economie-numerique/lue-a-lance-un-metavers-quoi-si-vide-20221201_3T3AFZIIIPVAVLADINYPDAFOIDM/\\$](https://www.liberation.fr/economie/economie-numerique/lue-a-lance-un-metavers-quoi-si-vide-20221201_3T3AFZIIIPVAVLADINYPDAFOIDM/$)

Domenech, C. (2022, 6 janvier). Les trois concerts géants organisés par Facebook dans le métavers font un flop. *Capital.fr*.

<https://www.capital.fr/entreprises-marches/les-trois-concerts-geants-organises-par-facebook-dans-le-metavers-font-un-flop-1424657>

Bommelaer, C. (2021, 5 janvier). Carton plein pour le concert de David Guetta au Louvre.

LEFIGARO.

<https://www.lefigaro.fr/culture/carton-plein-pour-le-concert-de-david-guetta-au-louvre-20210105>

Pertes-colossales-flop-du-metavers-mais-que-se-passe-t-il-chez-meta-la-maison-mere-de-face
book. (2022, 28 octobre). *ouest-france.fr*.

<https://www.ouest-france.fr/high-tech/facebook/pertes-colossales-flop-du-metavers-mais-que-se-passe-t-il-chez-meta-la-maison-mere-de-facebook-d8c507c2-55e4-11ed-bbe9-bfd039db4594>

BBC News. (2021, 20 décembre). *What is the metaverse ? - BBC News* [Vidéo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=V6VsxcVpBVY>

Facebook. (2021, 27 Novembre). *Metaverse : ce nouveau monde qui va devenir réalité - TF1 info* [Vidéo]. Facebook.

<https://www.facebook.com/watch/?v=303117848333571>