

Université de Montréal

**La rencontre des contraires : attraction/narration et
immersion/réflexivité dans le film en IMAX 3-D**

par
Louis Auger Gosselin

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de maîtrise
en études cinématographiques

Juin 2010

© Louis Auger Gosselin, 2010

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :
La rencontre des contraires : attraction/narration et immersion/réflexivité dans le film
en IMAX 3-D

présenté par :
Louis Auger Gosselin

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

André Gaudreault
président-rapporteur

Olivier Asselin
directeur de recherche

Bernard Perron
membre du jury

Résumé

Ce mémoire est consacré à la question de la réception spectatorielle des films en IMAX 3-D. Dans un premier temps, nous retracerons l'histoire du cinéma stéréoscopique, des origines jusqu'à l'inauguration de l'IMAX 3-D en 1986. Nous verrons que le modèle de l'attraction cinématographique s'est maintenu de tout temps dans l'économie de ce format, ce qui a contribué aux échecs de son institutionnalisation dans les années 50 et 80. En un deuxième temps, nous nous intéresserons à l'« expérience IMAX », afin de cerner la position qui y est attribuée au spectateur. Nous montrerons que les films IMAX misent à la fois sur leur potentiel immersif et sur la mise en évidence du dispositif. L'état d'immersion du spectateur entre donc en dialogue avec la réflexivité du médium. Par l'analyse des films *Sea Monsters : A Prehistoric Adventure* et *Haunted Castle*, il sera démontré que cette tension entre immersion et réflexivité sert un discours de glorification de l'IMAX. Aussi, nous interrogeons les liens entre la structure ponctuelle imposée par le modèle attractionnel et le fil narratif immanquablement mis en place dans les films IMAX.

Mots clés : cinéma stéréoscopique, IMAX, 3-D, attraction, narration, immersion, réflexivité, *Sea Monsters*, *Haunted Castle*.

Abstract

This thesis examines the ways in which IMAX 3-D films positions its spectator. First, we look at the history of 3-D cinema, from its origins to the inauguration of IMAX 3-D in 1986. We argue that for the first 70 years of its history, 3-D cinema was staged as a return to the cinema of attractions, and that this aesthetic was an obstacle to its institutionalization in the mid-50's and 80's. Then, we describe the "IMAX experience" and argue that IMAX films induce a state of immersion and, at the same time, draw the viewer's attention to the presence of the apparatus and the act of mediation. In analysing the movies *Sea Monsters: a Prehistoric Adventure* and *Haunted Castle*, we demonstrate that this tension between viewer immersion and medium reflexivity serves to glorify the IMAX trademark. Furthermore, we examine the relationship between the punctual structure imposed by the logic of attractions and the narrative line held by each and every IMAX film.

Keywords: stereoscopic cinema, IMAX, attraction, narration, immersion, reflexivity, *Sea Monsters*, *Haunted Castle*.

Table des matières

Introduction	1
1 Le 3-D avant IMAX : une histoire d’attraction	10
1.1 Le modèle de l’attraction cinématographique.....	11
1.2 Le cinéma 3-D : une histoire d’attraction.....	15
La première course aux formats spéciaux.....	16
La deuxième course aux formats spéciaux.....	21
Le cinéma 3-D entre 1960 et 1985.....	27
2 L’esthétique du documentaire en IMAX et en IMAX 3-D	30
2.1 Immersion fictionnelle et immersion perceptuelle.....	31
2.2 Sur les débuts d’IMAX dans la niche des expositions universelles.....	35
2.3 Sur l’esthétique du documentaire en IMAX 2-D.....	42
2.4 Sur l’effet de surgissement et l’état d’immersion dans le documentaire en IMAX 3-D.....	48
3 <i>Sea Monsters 3D</i> : un documentaire d’attraction	55
3.1 Identification, fictionnalisation et narrativité.....	56
3.2 Facture visuelle, effets de surgissement et réflexivité.....	60
3.3 Logique d’agression et glorification du dispositif.....	65
3.4 En conclusion : modes de lecture.....	67
4 <i>Haunted Castle 3D</i> : le mouton noir d’IMAX	72
4.1 Temps, lieu, point de vue.....	74
4.2 Effacement du personnage et immersion du spectateur.....	77

4.3 Précédents attractionnels et récit spatial.....	81
4.4 En conclusion : attraction/narration et immersion/réflexivité.....	84
Conclusion : sur un certain changement de paradigme.....	87
Bibliographie.....	92

Remerciements

D'abord, merci à mes parents pour leur aide et pour leur soutien inconditionnel. Merci à ma famille, tout spécialement à mon frère Charles, qui m'a ouvert les portes du cinéma IMAX de Québec et qui m'a permis de visionner des films hors des heures d'ouverture.

Pour leurs conseils et leurs encouragements, merci à mes amies Angélique Daniel et Carolina Lucchesi Lavoie.

Merci à ma compagne Eloïse P. Lemieux pour son support, pour ses commentaires éclairés et pour son intérêt à l'égard de mes recherches, intérêt qu'elle a feint avec une indéfectible constance pendant plus de deux ans.

Enfin, mes plus sincères remerciements à Olivier Asselin, que je recommande chaudement comme directeur de recherche aux étudiants qui liraient ce mémoire.

Introduction

On rencontre de nos jours beaucoup de gens qui demandent : « Vous croyez au cinéma en relief? » Pour moi, cette question a des résonances aussi absurdes que si l'on me demandait : « Vous croyez qu'après minuit ce sera la nuit, ou [...] qu'après aujourd'hui viendra demain? » Doubter du fait que le cinéma en relief soit le cinéma de demain me semble aussi naïf que de douter en général que viendra un lendemain!
— Serguei Eisenstein ([1946] 1986, p. 97)

Au total, en Amérique du Nord, l'année 2009 a connu la sortie de 17 longs métrages en trois dimensions.¹ Par rapport à la cuvée de 2007, l'augmentation est de presque 400 %, et aucun ralentissement n'est prévu pour 2010 : 15 titres sont annoncés et quatre autres ont déjà pris l'affiche, dont *Alice in Wonderland* de Tim Burton et le dernier volet de la franchise à succès *Shrek*. Suite au lancement de *Up* en 2009, les dirigeants de la firme d'animation Pixar ont annoncé que toutes leurs productions à venir seraient offertes en versions 2-D et 3-D, un geste qu'avaient déjà amorcé leurs concurrents de chez Dreamworks. Enfin, la vague ne pourra que s'amplifier suite à la consécration d'*Avatar*. Au mois de mars de cette année, le dernier né de James Cameron a remporté deux Oscars et est devenu le film le plus lucratif de l'histoire du septième art. Devant une telle effervescence, on comprendra que les rumeurs d'une éventuelle institutionnalisation du 3-D se fassent de moins en moins timides.

¹ Ce chiffre inclut la réédition en 3-D de *Night of the Living Dead* (George Romero, 1968) et celle du programme-double *Toy Story 1 & 2* (John Lasseter, 1995 et 1999).

Mais qu'on ne s'y trompe pas : si 2009 marque un précédent, c'est en raison de l'esthétique des œuvres produites et non de la soudaine popularité du format. En effet, l'histoire nous apprend que le XX^e siècle est jalonné de vagues d'intérêt éphémères envers les « vues en relief ». D'abord, la technique ne date pas d'hier : les premiers films en 3-D remontent à 1915, soit près de 15 ans avant la généralisation de l'usage du parlant. Contrairement au son et à la couleur, toutefois, le relief n'est jamais parvenu à s'implanter durablement ni à rendre désuets les formats qui l'ont précédé. À Hollywood, les grands studios ne s'y sont intéressés que sporadiquement, pour renflouer les coffres suite à quelques baisses de fréquentation des salles. Malgré les succès commerciaux qu'il a produits dans les années 20, 50, 70 et 80 (succès au demeurant fort appréciables) le 3-D ne s'est jamais avéré viable sur le long terme, du moins jusqu'à présent.

Si à l'origine du 3-D se trouve la recherche d'un nouveau mode d'expression, il y a à l'origine de son exploitation le besoin d'élever l'art cinématographique au-dessus des autres formes d'images en mouvement. On le verra dans le premier chapitre, les différentes périodes d'engouement envers le relief coïncident toutes avec la montée d'un médium ou d'un format concurrent, comme la télévision ou le VHS. Depuis quelques années, le piratage informatique et la distribution des films par Internet menace la survie des salles ou, du moins, le croit-on. Il est vrai que le triomphe des nouvelles plateformes numériques et la prolifération des portables à écrans tactiles ont de quoi inquiéter et, dans ces circonstances, d'aucuns diraient que le retour du 3-D était inévitable. Le plus grand mérite d'*Avatar*, dira Helen Faradji, est de « [redonner] à la salle de cinéma sa place privilégiée d'endroit où doit se vivre le spectacle, de lieu unique où partager une expérience singulière » (2010).

Alors que dans les premiers engouements envers le 3-D l'on cherchait à rompre avec la télévision ou le VHS, dans l'espoir de les rendre obsolètes, les productions récentes veillent à se distinguer des autres formats tout en y trouvant un débouché fort rentable. À titre d'exemple, *Polar Express* (Zemeckis, 2004), *Beowulf* (Zemeckis, 2007) et *Up* (Docter, 2009) ont tous pris l'affiche en 2-D et en 3-D avant d'être offerts sur DVD et bientôt à la télévision. Par conséquent, ces œuvres évitent de revendiquer explicitement leur appartenance au 3-D, par crainte de mettre en péril leur succès dans les autres formats. Sur le plan esthétique, on gomme une part importante du potentiel du médium, pour que l'« hybridation » se fasse sans heurt et que le film séduise tant en relief sur écran géant qu'en version plate sur un ordinateur portable. Le recours au 3-D, en somme, vise à pimenter l'expérience et non plus à la transformer.

Le présent mémoire sera consacré au problème de la réception spectatorielle du cinéma stéréoscopique. D'emblée, nous sommes d'avis que la restitution de la troisième dimension entraîne des changements importants dans la position du spectateur. Pour les raisons évoquées plus haut, nous limiterons notre étude aux moyens métrages produits par le groupe IMAX Corporation. L'intérêt des films en IMAX 3-D réside dans ce qu'ils ont pour principe de tirer le plein parti du médium et conséquemment, de s'inscrire en marge des autres circuits d'exploitation. Depuis 40 ans, IMAX clame la suprématie de son dispositif, et chaque séance vise à asseoir davantage cette suprématie. L'enjeu est de faire mieux que le cinéma traditionnel, que la télévision, etc. De pratiquer la distribution massive de ces films invaliderait la distinction qu'IMAX a tant peiné à ériger. Il est vrai qu'aujourd'hui, l'entreprise consolide sa place sur l'échiquier commercial en projetant des *blockbusters* américains. *Avatar*, *Polar Express* et *Beowulf*, pour ne nommer que ceux-là, ont tous été au

programme de nombreux cinémas IMAX. Toutefois, le mouvement est univoque : si IMAX profite de ces hybrides hollywoodiens, elle n'en renforce pas moins la singularité de ses documentaires et, par extension, de son dispositif en en conservant le privilège exclusif.

En cours de recherche, nous avons constaté que la plupart des écrits sur l'IMAX 3-D s'empressent de le ranger soit dans la lignée du cinéma stéréoscopique, soit dans celle des expositions universelles, d'où la compagnie tire ses racines. À notre avis, ces deux approches échouent à rendre compte de la complexité du format canadien, puisqu'il hérite autant d'une tradition que de l'autre. Notre démarche consistera donc à analyser les conditions de réception de l'IMAX 3-D en honorant cette double provenance et en reconnaissant l'influence qu'elle peut exercer sur les œuvres du corpus. Pour ce faire, nous retracerons dans un premier temps l'histoire du cinéma stéréoscopique des origines jusqu'à l'inauguration de l'IMAX 3-D en 1986. L'objectif sera de le situer esthétiquement et économiquement par rapport aux films et aux dispositifs qui l'ont précédé. Dans la foulée, nous verrons que la valorisation du plaisir visuel est une constante dans l'économie du médium et que le modèle de l'attraction cinématographique, tel que défini par André Gaudreault et Tom Gunning, s'y est imposé de tout temps.

Dans le second chapitre, nous tenterons de faire une phénoménologie de l'« expérience IMAX » afin de cerner la position qui y est attribuée au spectateur. Nous nous intéresserons à la genèse de l'entreprise, aux œuvres tournées dans le format original et évidemment, à la facture des films en IMAX 3-D. Il apparaîtra que l'ensemble du répertoire mise sur l'immersion du spectateur dans l'espace de la représentation, d'où la récurrence du motif du voyage. Selon Pierre Véronneau : « les

films IMAX amènent le spectateur dans un univers exotique et pittoresque [...] dans un univers lointain, voire extraterrestre, rendu proche par la technologie, mais d'une proximité qui engendre chez lui des sensations inouïes » (2003, p. 332). D'entrée de jeu, l'écran IMAX est si grand que les limites du cadre sont reléguées aux confins du champ de vision, ce qui donne l'illusion d'une continuité spatiale entre l'image et le corps du spectateur. « You're not at the movies, you're in them ! » scande l'un des slogans de la compagnie. Pour accentuer cette impression de présence dans l'image, les cinéastes vont valoriser les réactions d'ordre physiologique comme le vertige et l'étourdissement. Plus encore, il apparaîtra que l'IMAX 3-D « matérialise » cette confusion des espaces par l'effet de surgissement, c'est-à-dire par l'apparition de figures dans l'espace de la salle.

Dans les troisième et quatrième chapitres, nous validerons notre propos par l'analyse des films *Sea Monsters : A Prehistoric Adventure* (Sean MacLoed Phillips, 2007) et *Haunted Castle* (Ben Stassen, 2001). Notre premier film, *Sea Monsters*, est un « documentaire d'attraction » qui a pour sujet la vie marine à l'époque du crétacé supérieur, il y a 82 millions d'années. Le réalisateur Sean MacLoed Phillips y emploie l'image de synthèse pour recréer une vingtaine d'espèces de dinosaures marins et pour les télescoper tour à tour dans la salle de cinéma. *Haunted Castle*, de son côté, raconte la visite d'un jeune musicien dans un manoir hanté dont il a hérité suite au décès de sa mère. La majeure partie du film se déroule en caméra subjective, de sorte que le spectateur soit menacé, voire agressé par les figures que rencontre le musicien dans son parcours.

D'emblée, la dimension attractionnelle de ces deux films saute aux yeux, et c'est pourquoi nous les avons retenus. Au chapitre 3, nous verrons que *Sea Monsters*

est un documentaire typique d'IMAX puisqu'il cherche à divertir tout en respectant le mandat éducationnel que la compagnie s'est donné dès sa fondation. Or, on constate que l'expérience du film n'induit pas un positionnement qui soit favorable à l'apprentissage, ni à la réflexion. Au contraire, les constants assauts à l'endroit du spectateur et l'extrême richesse des stimuli visuels auront pour effet de le distraire, littéralement, de lui en mettre plein la vue. En somme, l'œuvre de Phillips témoigne du fait que les films IMAX sont animés par des enjeux contradictoires, à la fois didactiques et attractionnels, et que ces enjeux doivent constamment être sacrifiés l'un à l'autre. Aussi, nous verrons que, malgré une structure ponctuelle imposée d'une part par le genre du documentaire et d'autre part par le modèle attractionnel, le cinéaste met en place un fil narratif qui permettra au spectateur d'adopter un mode de lecture fictionnalisant.

Dans le chapitre 4, nous poursuivrons cette réflexion par l'analyse de *Haunted Castle*. Contrairement à *Sea Monsters*, le film de Ben Stassen n'offre aucun contenu didactique : l'expérience qu'il propose est uniquement d'ordre ludique. Le spectateur partage le point de vue du musicien alors que celui-ci croise fantômes et revenants. *Haunted Castle* est donc une attraction au sens propre, puisqu'il s'inscrit davantage dans la tradition du manège de foire que dans celle du cinéma. On remarquera néanmoins que le film de Stassen présente un récit spatial, où la progression de l'histoire naît du mouvement du personnage/joueur dans l'espace fictionnel. Tout comme le musicien, le spectateur sortira indemne de l'aventure.

Dans l'ensemble, notre travail s'articulera autour de trois sous-problématiques. D'abord, nous verrons comment le modèle de l'attraction cinématographique se révèle dominant dans l'histoire du médium 3-D, d'où les échecs répétés de son implantation

dans le circuit du cinéma commercial, lui-même sous le joug d'une hégémonie narrative depuis près d'un siècle. Quoiqu'il matérialise avec force le fantasme d'un « cinéma total » apte à créer « une représentation totale et intégrale de la réalité » (Bazin 2002, p. 22), le 3-D a surtout été utilisé pour produire des effets spectaculaires tels que le surgissement, bien souvent sans égard pour son potentiel expressif. C'est pourquoi les vagues d'intérêt qu'on lui a porté se sont avérées éphémères, du moins jusqu'au milieu des années 80.

Ensuite, nous verrons comment le groupe IMAX poursuit cette tradition d'attraction tout en la rendant viable par la création d'un dispositif de pointe, en lui-même attractionnel, mais aussi par une politique d'isolement quant à la distribution de ses produits. Pour la plupart, les films IMAX dépeignent des lieux ou des événements grandioses, qui posent un défi de taille au cinéma traditionnel (comme l'ascension de l'Everest, une descente dans les fonds marins ou encore une course de Nascar). Ces sujets ont en commun leur aptitude à manifester l'IMAX, seul dispositif capable d'en créer une représentation « complète » (de l'avis de la compagnie, s'entend). Dans les campagnes promotionnelles, la mise en valeur du dispositif par le sujet des films est bien sûr un enjeu récurrent. Pour *Nascar 3D* (Wincer, 2004), par exemple, l'on insiste sur la correspondance entre la puissance des voitures et celle de l'IMAX : « Up to 8 stories high... 12 000 watts of sound... 750 horsepower... ».² En somme, le sujet a pour fonction de magnifier le dispositif et d'en asseoir la suprématie. Le film sert en quelque sorte de faire-valoir, car toute projection consiste d'abord en une démonstration des performances de l'IMAX.

² Évidemment, le « 8 stories high » fait référence à la hauteur de l'écran IMAX et le « 12 000 watts of sound » à la puissance du système de son.

Plus largement, nous verrons en quoi l'IMAX 3-D est un point de rencontre entre deux couples de contraires, soit les couples attraction/narration et immersion/réflexivité. Dans un premier temps, il apparaîtra que, malgré la structure ponctuelle impliquée par sa vocation attractionnelle, la « vectorisation narrationnelle » est une constante dans le corpus d'IMAX. Dans *Haunted Castle* autant que dans *Sea Monsters*, on convie le spectateur à la monstration de prouesses visuelles, mais on l'invite aussi à s'identifier aux personnages et à se projeter dans l'univers du film. Ensuite, à propos du deuxième couple, nous défendrons l'hypothèse que dans les films à l'étude, la réflexivité est le corollaire de l'immersion et non son envers. Nous montrerons à cet égard que le médium IMAX s'opacifie par l'action même de sa transparence, puisque la création d'une expérience immersive réussie aura pour effet de manifester le dispositif, voire de l'« attractionnaliser ». En définitive, il apparaîtra que cette tension entre immersion et réflexivité participe d'un discours de glorification de l'IMAX, discours qui vise à l'élever au-dessus du cinéma traditionnel.

Fort de cette analyse, nous concluons ce mémoire en spéculant sur l'avenir du cinéma 3-D et en examinant l'esthétique des œuvres produites depuis 2005. Nous soutiendrons que ces films marquent un changement de paradigme dans la position conférée au spectateur et que ce changement pourrait favoriser une implantation durable du 3-D dans le circuit commercial. En limitant l'effet de surgissement et en éliminant les adresses au corps du spectateur, on s'assure aujourd'hui de la bonne marche de la lecture fictionnalisante en renvoyant le représenté dans l'« ailleurs primordial » dont nous parlait Christian Metz (1984, p. 86). Les cinéastes érigent donc un nouveau quatrième mur sur la base d'une convention. Advenant le succès à long

terme du 3-D, l'effet de surgissement deviendra sans doute, après le regard-caméra, le deuxième « grand interdit » du cinéma narratif.

Chapitre I

Le cinéma 3-D avant IMAX : une histoire d'attraction

J'ai dû me rendre à l'évidence que le cinéma dont il s'agissait là, ce n'était plus l'ombre de la vie, mais un clone, une réplique [...] Il se prépare quelque chose de faramineux, ici, avec cet IMAX 3-D. Ça devait vous faire comme ça, de regarder le train arriver à la gare il y a cent ans (Jacobs 1997, p. 151).

Lors de son inauguration à l'exposition universelle de Vancouver, en 1986, l'IMAX 3-D est présenté comme une grande nouveauté, comme un cinéma radicalement novateur, ce qu'il n'est que dans une certaine mesure. Certes, sur le plan technique, le procédé supplante de façon décisive tous ceux qui ont vu le jour avant lui, et ce même s'il fonctionne selon des principes identiques. D'un point de vue esthétique, toutefois, l'IMAX est l'héritier d'une tradition entamée quelques 70 années plus tôt par des artistes tels qu'Edwin Porter, Jacob Leventhal et Louis Lumière lui-même.

L'objectif de ce premier chapitre est de situer l'IMAX 3-D dans la grande histoire des vues en relief, ce qui permettra, au chapitre suivant, de mieux cerner la part de continuité et de rupture qu'il marque sur le plan esthétique. Dans un premier temps, nous montrerons que les différentes vagues d'intérêts qu'on a portées au 3-D dans les années 20, 50 et 80 coïncident toutes avec l'arrivée d'un format concurrent (comme la télévision ou le VHS) et conséquemment avec une baisse de fréquentation des salles. Puis, en retraçant les tentatives d'implantation du 3-D dans le circuit commercial, nous verrons que le modèle de l'attraction cinématographique, tel que défini par Tom

Gunning et André Gaudreault, s'est maintenu en tout temps dans l'économie de ce format marginal. Nous soutiendrons d'ailleurs que cette préséance du modèle attractionnel est l'un des facteurs ayant contribué aux échecs successifs de l'institutionnalisation du 3-D.

Par souci de pertinence, nous limiterons notre analyse au marché nord-américain, bien qu'il s'avérera utile d'évoquer certaines initiatives entreprises outre-mer. Nous excluons ainsi la contribution de nombreux artisans, principalement français et soviétiques, mais d'autres avant nous ont pu rendre justice à leurs travaux.³

1.1 Le modèle de l'attraction cinématographique

Dans le champ des études cinématographiques, la notion d'attraction connaît une grande postérité depuis le colloque de Cerisy où elle fut introduite par André Gaudreault et Tom Gunning en 1985. Initialement employée afin de revoir l'histoire du cinéma des premiers temps, et du coup renvoyer au vestiaire les présupposés téléologiques entretenus par plusieurs historiens (dont Jean Mitry et George Sadoul), l'idée d'attraction s'est avérée un outil conceptuel dont la validité dépasse largement cette seule période. On y a recours aujourd'hui pour penser des genres aussi divers que la comédie musicale, la science-fiction, la porno, en bref tout objet où le fil narratif s'amincit en faveur de ces « moments de pause dont la fonction est d'interpeller le spectateur et de lui offrir un moment de spectacle pur » (Paci 2008, p. 5).

Pour Tom Gunning, l'attraction mise d'abord sur la capacité du cinéma à *montrer* (« its ability to *make images seen* »). Le terme est emprunté à Serguei

³ Voir surtout Zone 2007, Peseux 2004 et Duncan 2006.

Eisenstein, qui a développé dans la Russie des années 20 la technique dite du « montage des attractions », dont le but était d'arracher le spectateur à l'absorption diégétique pour exercer chez lui un impact psychologique (et idéologique), préférablement durable. Selon Gunning, « the cinema of attractions directly solicits spectator attention, inciting visual curiosity, and supplying pleasure through an exciting spectacle [...] that is of interest in itself » (2006, p. 384). L'attraction consiste donc en un moment de pure manifestation visuelle. Plutôt que d'engager le spectateur dans un suspense par voie d'identification, elle cherche à provoquer la surprise, le choc, souvent en agressant le spectateur jusqu'à le rabattre complètement sur son siège : « its energy moves outward an acknowledged spectator rather than inward towards the character-based situations essential to classical narrative » (ibid., p. 384). C'est pourquoi Gunning conçoit l'attraction comme un mode d'adresse au spectateur qui s'oppose à la posture voyeuriste observée par Christian Metz. Contrairement au cinéma narratif classique, l'attraction est exhibitionniste : elle n'ignore pas la présence du spectateur, elle reconnaît et s'organise autour de cette présence. « L'attraction [...] est là pour être vue. Elle n'existe, *stricto sensu*, que pour se donner à voir » (Gaudreault 2008, p. 93).

Dans le corpus du cinéma des premiers temps, plusieurs films soulignent cette nature exhibitionniste par la mise en scène d'une agression à l'endroit du spectateur. Dans *The Big Swallow* (Williamson, 1902), par exemple, un homme s'approche de la caméra (du spectateur) avec un air courroucé puis ouvre grand la bouche jusqu'à l'avaler tout rond. Ici, le choc occasionné par cette « attaque » empêche le public d'oublier sa présence physique dans la salle de cinéma. En pointant le spectateur du doigt, l'attraction le rappelle à sa position empirique : il ne se trouve plus *dans le film*,

transporté par le miracle de la projection imaginaire, mais *devant lui*. Il n'est pas dans l'image (l'histoire, la diégèse), mais en son point de réception.

Aussi l'attraction met-elle de l'avant une temporalité qui lui est propre. Plutôt que de viser la progression, l'étirement et la cohésion, à l'instar du cinéma narratif classique, les scènes attractionnelles s'articulent sur une durée relativement brève, de sorte à favoriser le choc :

Une attraction suscite davantage un court mouvement de curiosité et sa satisfaction rapide et jouissive qu'une véritable forme de suspense. Elle organise des surprises plutôt qu'elle ne développe des histoires. La temporalité de l'action [...] peut être simplement définie en terme de présence immédiate (Gunning 1995, p. 182).

L'attraction est donc à la fois autonome et discontinue. Or, elle n'invalide pas tout suspense, puisque l'attente de l'attraction crée en soi une certaine forme d'anticipation. Contrairement au « suspense diégétique », toutefois, l'attente concerne moins l'évolution d'une situation donnée (le comment?) que l'apparition d'un objet ou d'une figure (le quand?), visant encore une fois à surprendre, à étonner. Certes, la narration subsiste (après tout, le cinéma ne l'a-t-il pas « fortement chevillée » au corps?), mais elle est subordonnée au spectacle et au plaisir visuel. « [L'attraction] ne dépend pas d'un objet et d'un temps qui la précède – ou lui succède – dans une relation de cause à effet; elle existe en somme de façon autarcique » (Paci 2008, p. 5). L'élaboration d'une diégèse cohérente et d'un récit complexe y sont des enjeux de second plan.

Pour André Gaudreault, qui se soucie davantage de narratologie, la contradiction apparente entre attraction et narration prend racine dans le dispositif cinématographique lui-même :

[Elle est la] résurgence de ce que l'on pourrait considérer comme la *contradiction essentielle du cinéma* [qui est] constamment déchiré entre le ponctuel et le vectoriel. Le ponctuel, c'est l'attraction, qui est inévitablement [...] remise en question par la contamination de la vectorisation « narrationnelle », par le rabattement du vectoriel sur le ponctuel (2008, p. 96).

L'attraction ne s'applique donc pas, aux dires de Gaudreault, à un corpus hermétiquement clos, comme la période allant de 1896 à 1908 sur laquelle s'est érigé initialement son cadre théorique. À l'inverse, elle concerne l'ontologie même du dispositif, qui la tient en éternel dialogue avec la narration : « le problème du cinéma aura toujours été le même : faire du vectoriel [de la narration] avec du ponctuel [de l'attraction]. Il s'agit même là de la définition du cinéma sur un plan strictement technologique » (*ibid.*, p. 96).

Dans la lignée des travaux de Gaudreault et Gunning, la chercheuse Viva Paci a déposé en 2008 une thèse de doctorat où elle propose d'élever l'attraction au rang de catégorie, « d'en faire une loupe à travers laquelle il est possible d'observer le cinéma bien au-delà d'une seule période » (p. 4). Paci postule que l'attraction et le cinéma sont irrémédiablement liés, puisque comme l'affirmait déjà Gunning vingt ans plus tôt, l'histoire du septième art est parsemée d'œuvres qui, dans leur relation au spectateur, sont à la limite du modèle narratif. La comédie musicale, le cinéma à effets spéciaux et la comédie burlesque, pour ne donner que quelques exemples, ont tous en commun de valoriser le plaisir optique au détriment de l'homogénéité du récit et de la projection imaginaire.

Dans les lignes qui suivent, nous feront nôtre le postulat de Viva Paci et considérerons l'histoire du cinéma stéréoscopique « à la loupe » du système des

attractions, afin de montrer qu'il a présidé à son développement et à sa mise en marché pour la majeure partie du XX^e siècle.

1.2 Le cinéma 3-D : une histoire d'attraction

Selon Valérie Peseux, auteure d'une thèse monumentale sur la projection « à grand spectacle » (2001), le cinéma 3-D concerne l'attraction dans son acception première, puisque son circuit d'exploitation s'est longtemps limité aux expositions scientifiques et aux parcs à thèmes. Pour Peseux, le cinéma stéréoscopique s'inscrit dans une tradition qui le lie, esthétiquement et économiquement, davantage aux différents « formats spéciaux » qu'au film narratif en 35mm. Outre le 3-D, l'auteure range dans cette catégorie les formats de pellicule larges, de même que les cinémas panoramique, hémisphérique, circulaire, dynamique et olfactif. Leur dénominateur commun est la recherche du spectaculaire, d'un effet de sensationnel : « l'envie d'abolir les limites [...] de l'écran, de saturer le champ de vision du spectateur et le désir de magnifier la combinaison technique et sensorielle du spectacle, sont constamment présents dans cette histoire parallèle » (Peseux 2004, p. 11). En elle-même, l'appellation « formats *spéciaux* » souligne la marginalité de ces techniques qui ne sont jamais parvenues à s'institutionnaliser, et ce malgré l'effort de dizaines d'inventeurs dispersés en Europe, en Amérique et en Russie. Soucieuse de normalisation, l'industrie hollywoodienne n'y a eu recours que sporadiquement, afin de ramener le public dans les salles suite à quelque baisse des entrées. Jusqu'au milieu des années 80, les vagues d'intérêt qu'on a porté au 3-D coïncident avec les montées, toutes éphémères, du cinérama, des écrans larges, du cinémascope, et ainsi de suite.

1.2.1 La première course aux formats spéciaux

La première de ces crises de fréquentation eut lieu au milieu des années 20, en raison de la concurrence féroce livrée par d'autres formes de divertissements, comme la radio et le music-hall. À cette époque, les vues en relief ne constituaient pourtant pas une nouveauté : le stéréoscope était en vente depuis déjà 70 ans et avait connu des années fastes dans les décennies 1860 et 1870.⁴ Selon l'historien Reese V. Jenkins : « the stereoscopic viewer and box of view cards were as common a feature of the post-Civil War American home as is the television set today » (cité dans Zone 2007, p. 13). Le coup d'envoi du cinéma en relief a toutefois été donné au théâtre Astor de New York, en date du 10 juin 1915.⁵ William Waddel et Edwin S. Porter y présentèrent trois courts-métrages en relief anaglyphique⁶, dans le cadre d'une projection-test devant une audience privée. Les deux premiers films montraient des paysages ruraux ainsi que des vues des chutes Niagara; le troisième consistait en un extrait de *Jim de Penman*, qui était sorti en version plate deux semaines plus tôt. Quoique mieux connu à titre de pionnier du cinéma narratif (notamment en raison de son célèbre *The Great Train Robbery* (1903)), Porter s'intéressait au cinéma 3-D depuis le milieu des années 1900. Malgré la réaction enthousiaste du public et de la presse, la démonstration est demeurée

⁴ Les stéréogrammes les plus populaires annonçaient déjà les sujets qui allaient connaître une grande popularité dans la première décennie du cinéma. Ils représentaient pour la plupart des paysages, des scènes de genre, des mélodrames historiques, etc.

⁵ Quoique cette date soit généralement admise, il est impossible d'affirmer avec certitude qu'il s'y soit tenu la première projection stéréoscopique d'images en mouvement. Au tournant du XX^e siècle, de nombreux inventeurs ont travaillé à la mise au point d'un système de prise de vues en 3-D. Ces efforts désorganisés ont mené au dépôt d'une foule de brevets aux résultats « insuffisants » ou non-répertoriés. Il apparaît donc imprudent de dater trop strictement l'invention du cinéma stéréoscopique ou de l'attribuer à qui que ce soit. À ce sujet, voir Zone 2007.

⁶ Le procédé anaglyphique emploie des lunettes à filtres de couleur (souvent bleus et rouges) pour trier les deux images projetées sur l'écran.

sans lendemain. Le procédé de Porter et Waddel, jugé trop coûteux, est ensuite rapidement tombé dans l'oubli.

Ce n'est qu'en 1922 que les tentatives d'implanter le cinéma stéréoscopique dans le circuit commercial vont se multiplier et s'enhardir. En septembre, Nat Deverich utilise une caméra mise au point par Harry K. Fairall pour tourner le premier long métrage en relief, *The Power of Love*, selon la méthode des anaglyphes. Le film est présenté au Ambassador Hotel Theatre de Los Angeles, mais ne connaîtra aucune diffusion ultérieure. Aux États-Unis, l'honneur de la première projection publique payante revient à William Van Doren Kelly pour *Movies of the Future*, qui a pris l'affiche à New York au mois de décembre 1922. Il s'agissait d'un programme de deux courts-métrages en relief anaglyphique : *New York City* montrait des vues de la célèbre métropole, et *Plasticon* décrivait le fonctionnement du 3-D et du dispositif créé par Kelly quelque temps plus tôt.

À cette époque, quoique la méthode des anaglyphes s'impose progressivement⁷, elle n'est toujours pas utilisée de façon exclusive. À titre d'exemple, le système Teleview, mis au point par Laurens Hammond, employait la « méthode éclipse », où un obturateur voilait alternativement l'œil gauche et l'œil droit du spectateur, en parfait synchronisme avec le système de projection. Plutôt que de projeter les images destinées à chaque œil en simultané, on les projetait successivement, en alternance rapide. Pour chaque photogramme, l'obturateur devait donc voiler l'œil auquel il ne correspondait

⁷ Le cinéma n'était pas le seul domaine où les anaglyphes gagnaient en popularité. En version imprimée, on les retrouvait dans la presse écrite depuis la fin des années 1890. Aussi, à compter de 1918, certains spectacles de vaudeville (notamment les Ziegfeld's Follies) présentaient des numéros d'ombres chinoises en relief anaglyphique.

pas. En raison de coûts d'implantation très lourds, le Teleview n'a jamais été exporté hors du Selwyn Theatre de New York, où il fut inauguré en décembre 1922.

Une autre percée importante survient en 1924, avec le développement du système Plastigram par Frédéric Ives et Jacob Leventhal, le tandem qui allait dominer le paysage du cinéma stéréoscopique jusqu'au tournant de la décennie 1940.⁸ Leur première production, nommée en l'honneur du dispositif, connaît un succès enviable et une large diffusion aux États-Unis. Le film était constitué, selon Ray Zone, de « vignettes that broke the fourth wall of the motion picture screen, foregrounding spectatorship and display, acknowledging the viewer with a visual shock » (2007, p. 120). L'on y retrouvait déjà certaines figures qui allaient jalonner l'œuvre des deux artisans, telles que le lancer du javelot ou de la balle de baseball en direction du public. Frédéric Ives et Jacob Leventhal ont donc innové autant sur le plan technique qu'esthétique : leur utilisation du relief ne visait pas à parfaire le réalisme de la représentation, comme chez Porter ou Kelly, mais à produire des émotions fortes au sein du public. Dans la plus pure tradition du cinéma des attractions, ils préféraient la mise en scène d'une suite de chocs à l'élaboration d'une diégèse cohérente. Souvent, l'arrière-plan de l'action était évacué afin de minimiser le risque d'étourdissement et de maximiser l'effet du surgissement des figures dans l'espace du public. Aussi ces saynettes n'étaient-elles pas reliées entre elles par une intrigue narrative, exception faite de *As You Like It*, une ébauche de film interactif où le spectateur choisissait de voir la

⁸ Leur répertoire est également constitué de *The Runaway Taxi*, *Zowie*, *Ouch*, *Luna-cy* (tous de 1925), *Audioscopiks* (1936) et *The New Audioscopiks* (1938). Les quatre premiers films ont été tournés avec le système Plastigram (renommé Stereoscopiks), et les deux autres avec le Norling-Leventhal 3-Dimensions. Il s'agissait de courts-métrages généralement présentés avant un programme principal.

finale à travers un filtre rouge ou vert, qui présentaient chacun une conclusion différente.⁹

Malgré l'engouement entraîné par chaque nouvelle parution du duo Ives et Leventhal au cours des années 20, le cinéma stéréoscopique tombe en période de dormance suite à la généralisation de l'usage du parlant. L'expérimentation sur les formats de pellicule larges, après avoir connu des avancées prometteuses, tombe elle aussi en désuétude : à lui seul, le parlant assure à l'industrie des revenus suffisants pour traverser la crise de 1929.

La première vague d'exploitation du cinéma 3-D peut donc se penser en deux étapes successives. D'abord, entre les années 1915 et 1924, la plupart des films sont présentés grâce à un dispositif nouveau, théoriquement supérieur à ses concurrents et à ses prédécesseurs. En rupture avec le cinéma narratif, qui consolide sa place sur le marché américain, ces séances fonctionnent comme des attractions : elles attirent d'abord en raison du dispositif dont on fait la démonstration. En conséquence, les commentaires de la presse (largement recensés dans *Zone*, 2007) abordent principalement des enjeux d'ordre technique, tels que le fonctionnement du procédé et le rendu de l'image.¹⁰ Ce que l'on considère, alors, c'est le potentiel de ce procédé, son

⁹ Il ne s'agit pas du seul film interactif tenté avec une technique 3-D. Un autre cas bien connu est celui de *13 ghosts*, réalisé par William Castle en 1960. À l'entrée de la salle, on offrait au spectateur une visionneuse spéciale à deux lentilles. L'une d'elles permettait de voir les 13 fantômes alors que l'autre les dissimulait aux « âmes sensibles ». Une fois la projection lancée, les spectateurs avaient donc le choix d'affronter les esprits malveillants ou de ne pas le faire (évidemment, puisqu'ils avaient payé l'entrée, tous y allaient pour la première option).

¹⁰ En voici quelques exemples, tous cités dans *Zone* 2007. À propos de la projection organisée par Porter et Waddel le 10 juin 1915 : « These pictures marked a distinct advance over any of the kind made in the past, and many in the audience appeared to regard them as the forerunners of a new era in motion picture realism » (Lynde Denig, dans *Moving Picture World*, édition du 26 juin 1915, cité p. 97). À propos du système Teleview : « Although the close-ups are clear, the length of any limb or object extended toward the camera in them is grotesquely exaggerated [...] A most interesting experience, with undetermined future possibilities » (auteur anonyme, dans le *New York Times*, édition du 28 décembre 1922, cité p. 109).

aptitude à représenter le réel avec plus d'exactitude que le « simple » cinéma. Et pour cause :

[À l'origine du] cinéma stéréoscopique, il y avait le désir de reproduire les dimensions de la réalité dans toute son ampleur. [...] Pour tout un courant de pensée, le cinéma est apparu comme un instrument destiné à rivaliser et à maîtriser l'ensemble du complexe sensoriel : l'apparition du cinéma en relief a ainsi été l'occasion de faire faire un pas supplémentaire au cinéma dans la réalisation de son destin (Lippit 1997, p. 49).

Le foisonnement de brevets dans les premières années du 3-D témoigne de cette quête du médium de l'avenir, quête souvent menée, selon Valérie Peseux, de façon « quasi obsessionnelle » (2001, p. 564). On remarque aussi que les démonstrations organisées entre 1915 et 1924 convoquaient une posture semblable à celle des premiers clients du cinématographe, fascinés qu'ils étaient « par les possibilités nouvelles [offertes par] la nouvelle invention » (Gaudreault 2008, p. 102).

À compter de 1924, toutefois, l'exploitation commerciale du 3-D en transformera les enjeux. La recherche d'un gain dans le réalisme de la représentation est alors dépassée par le besoin de s'assurer un public large et fidèle. De prototypes, les différents procédés de cinéma 3-D deviennent des produits. Ils ne marquent plus une étape dans l'invention d'un médium à venir : ils sont en eux-mêmes finis, quoique perfectibles et bientôt obsolètes, pour ainsi dire *temporairement définitifs*. Dans cette seconde période, qui va grosso modo de 1924 à l'arrivée du parlant, l'expérience des œuvres contribue elle aussi à la curiosité du public. Cette fois, l'attraction ne concerne plus seulement la nouveauté du dispositif. Elle cesse d'en dériver pour devenir sa fonction première.

Contrairement au cinéma traditionnel, toutefois, ce sentiment de « fascination pour la nouvelle invention » ne sera jamais pleinement évacué. En effet, tout au long du

XX^e siècle, le perfectionnement de la technique contribue à faire du 3-D une éternelle nouveauté. Son histoire est donc parsemée de moments où la démonstration du progrès motive l'intérêt du public dans une proportion plus forte que l'œuvre en soi. Selon l'auteur Akira Lippit, le 3-D se distingue du cinéma traditionnel en ce qu'il pointe avec insistance vers ses propres imperfections. Puisqu'il matérialise le fantasme d'un cinéma total, aux images « entièrement incarnées », il paraît toujours inaccompli, en voie de se faire. Dans les mots de Lippit :

[Le 3-D] remplace la linéarité chronique de l'histoire par la force anachronique du fantasme. On peut ainsi le considérer comme un fantasme toujours recommencé : il n'atteint jamais le but projeté [...] Le cinéma en relief se révèle ainsi [...] toujours déjà dépassé et toujours en passe de devenir (1997, p. 51).

La multiplication des dispositifs, leurs nombreuses imperfections et l'absence de normes d'exploitation ont certainement contribué à maintenir le 3-D dans une situation de constante indétermination, et ainsi à rendre passagère toute tentative de mise en marché dans les premières 70 années de son histoire.

1.2.2 *La deuxième course aux formats spéciaux*

Malgré la disette entraînée par la généralisation du parlant, la décennie 1930 est marquée par bon nombre de développements techniques. D'abord, aux États-Unis, le studio de Frédéric Ives et Jacob Leventhal produira deux programmes à succès, soit *Audioscopiks* (1936) et *The New Audioscopiks* (1938), qui emploient le récent système Norling-Leventhal 3-Dimensions. De l'autre côté de l'Atlantique, en 1935, Louis Lumière présente à l'Académie des sciences de Paris un dispositif de projection en 3-D sur lequel il travaille depuis 5 ans. L'expérience est un succès, et les courts-métrages de

Lumière (parmi lesquels figure une version en relief de *L'arrivée du train en gare*) seront exploités en France l'année suivante. Quoiqu'efficace, le procédé tombera à son tour dans l'oubli. La méthode des anaglyphes, enfin, est condamnée par l'arrivée sur le marché des filtres polarisants, conçus sous la supervision de Edwin H. Land au milieu des années 30. Aux États-Unis, la technique de Land évoluera surtout dans la niche des expositions scientifiques¹¹ jusqu'à la deuxième vague d'engouement envers les formats spéciaux.

Selon R.M. Hayes (1989, p. 15), c'est le Festival of Britain de 1951 qui sera à l'origine de la « résurrection » du 3-D, parfaitement invisible dans le circuit commercial depuis le début de la Deuxième Guerre mondiale. À l'occasion de cet événement, on érige à Londres le Telecinema, une enceinte où seront projetés des documentaires, des émissions de télévision et un programme de quatre courts-métrages en relief, dont *Around Is Around* et *Now Is the Time (To Put on Your Glasses)* du célèbre Norman McLaren. D'entrée de jeu, le Telecinema jouit d'un succès monstre. Au cours des 22 semaines du festival, il accueille près d'un demi-million de visiteurs, et la nouvelle de cet exploit a tôt fait de traverser l'Atlantique.

Pour nuancer les propos de Hayes, il faut spécifier que la société Stéréo-Ciné finançait à Hollywood des essais de films 3-D depuis 1947. À cette époque, les studios se tenaient à l'affût des récentes avancées techniques, puisque l'hégémonie du cinéma américain était affaiblie par l'essor de la télévision.¹² En effet, selon Valérie Peseux :

¹¹ Le court métrage *In Tune with Tomorrow* (J.A. Norling) remporte un énorme succès au pavillon Chrysler de la foire mondiale de New York (1939-40). Sur la côte Ouest, *Thrills for You* (J. Leventhal) devient vite une attraction majeure de la Golden Gate International Exposition de San Francisco (1940).

¹² Évidemment, la popularité de la télévision n'explique pas à elle seule les difficultés du cinéma. Frédéric Delmeulle invoque le baby boom qui marque la fin de la Deuxième Guerre comme autre facteur d'importance. Ces enfants auraient massivement éloignés leurs parents d'une fréquentation régulière des

« le nombre de récepteurs passe de 1 million en 1949 à 10 millions en 1951, puis de 21 millions en 1953 pour atteindre 40 millions en 1959 » (2004, p. 87). En réponse à la baisse de fréquentation des salles, l'industrie mise donc une fois de plus sur l'attrait de la nouveauté.

La deuxième course aux formats spéciaux est lancée en 1952, alors que Fred Waller inaugure avec succès son Cinérama¹³ au Broadway Theatre de New York. Dans la foulée de Waller, le producteur Arch Oboler présente *Bwana Devil*, un long métrage en relief qui engrangera des revenus énormes partout aux États-Unis. Tourné en Afrique, le film raconte l'histoire d'un groupe d'ouvriers traqué par deux lions mangeurs d'hommes pendant la construction d'un chemin de fer, au Kenya. Encouragés par le succès de *Bwana Devil*, les « majors » se lancent tour à tour dans la production de films 3-D : entre 1953 et 1955, plus de 50 titres prennent l'affiche. Mais l'engouement est de courte durée, et la fièvre descend suite à l'inauguration du Cinémascope, qui va rapidement supplanter tous les autres formats spéciaux.

Au cours de l'âge du 3-D, l'urgence avec laquelle les producteurs se saisissent de la nouveauté, de « l'attraction du moment », explique sans doute la faible exploration de son potentiel expressif. La majorité des films produits se contentent de recycler les effets de surgissement popularisés par Ives et Leventhal et d'y subordonner une intrigue narrative.¹⁴ On favorise les genres corporels tels que l'horreur (*House of*

salles jusqu'au début des années 60. Par la suite, la télévision deviendra un allié pour l'industrie hollywoodienne, qui y trouvera une niche pour l'exportation de ses produits.

¹³ Le cinérama visait à produire une expérience immersive : trois projecteurs étaient employés pour couvrir un écran incurvé de 20 m par 8. Les images occupaient donc la majeure partie du champ de vision du spectateur.

¹⁴ À ce sujet, voir entre autres Delmeulle 1997, Slide 1997, Lebensztejn 1997, Paul 1993 et 2004. Selon ce dernier : « If you happen to be looking for an old movie on late night tv and you come across a film from the early fifties where they keep throwing things at the camera, you've probably discovered one of the 46 feature movies that were released in 3-D between 1952 and 1955 » (1993, p. 323).

Wax, Creature from the Black Lagoon), la science-fiction (*It Came from Outer Space*, *Cat-Women from The Moon*) et le fantastique (*Gorilla at Large*, *The Maze*) qui fournissent d'excellents prétextes au jaillissement de figures rebutantes en direction du spectateur. Le relief, évidemment, n'est pas en mal de possibilités : il permet de renouveler la représentation de l'espace, d'en rendre toute la consistance, mais les efforts déployés en ce sens sont jugés insuffisants. En marge du grand public, plusieurs désespèrent de la pauvreté du contenu des films. Alors rédacteur en chef des *Cahiers du cinéma*, Joseph-Marie Lo Duca les taxe d'attractions foraines.¹⁵ Toujours aux *Cahiers*, Chris Marker abonde dans le même sens : « la fonction fondamentale du 3-D, pour l'instant, semble être de flanquer à travers la figure du spectateur la plus grande variété d'objets. Est-il utile de dire qu'on se lasse vite de cette surprise à répétition? » (1953, p. 30).

Plus que d'entamer une démarche esthétique, donc, l'on cherchait à s'attirer du capital par la promesse d'émotions fortes.¹⁶ Le marketing se faisait évidemment en ce sens : l'on vantait moins le contenu du film que l'expérience de celui-ci. « A lion in your lap! A lover in your arms! » lisait-on sur les publicités de *Bwana Devil*. Et encore : « You – not the camera – but you are there! » Sur l'affiche d'*Inferno*, produit par la Fox en 1953, même stratégie : « The action spans the theatre from front row to back seat! » Enfin, pour *House of Wax*, qui a connu un succès énorme au cours de la

¹⁵ Voir Peseux 2004, p. 162

¹⁶ Il serait injuste, à notre avis, de dévaloriser l'entièreté des films parus au cours de l'âge d'or du 3-D pour cette raison. Les américains, on le sait, parviennent à cultiver des œuvres d'arts sur les terrains les plus mercantiles. Dans *House of Wax*, par exemple, André de Toth traite fort habilement de la confusion entre le réel et sa représentation (un thème largement autoréflexif, pour ce qui est du 3-D). Aussi, dans *Dial M for Murder* (et spécialement dans la scène d'agression), Hitchcock utilise le surgissement pour dénoncer le voyeurisme du spectateur et lui inspirer un fort sentiment d'impuissance.

même année 1953 : « Beauty and terror meet in your seat ! Every scene [...] comes off the screen right at you! »

Évidemment, l'observation de ces affiches tend à confirmer la thèse attractionnelle. À la suite de Jean-Claude Lebensztejn (1997, p. 29-31), on remarque qu'elles ne représentent pas une scène clef ou un personnage du film. L'accent n'est pas mis sur le récit, à l'instar du cinéma traditionnel, mais sur la nature du spectacle : on y retrouve toujours l'entière salle de cinéma alors que le public est assailli par une silhouette ou un objet qui s'arrache de l'écran. Dans le cas de *House of Wax*, il s'agit d'une troupe de danseuses de cancan. Un choix fort à propos, puisque leur numéro est un moment de pur plaisir visuel : il ne s'inscrit d'aucune façon dans le développement narratif.

On le conçoit aisément, l'effet de surgissement relève de l'attraction dès son principe même : il valorise le choc, il est autonome en regard au récit, et plus que d'admettre simplement le spectateur, il souligne sa présence à gros traits. C'est que, dans le cas du surgissement, l'attraction tient moins des figures représentées que de leur « proximité » par rapport au corps du spectateur. L'efficacité du procédé repose sur une confusion temporaire entre le monde projeté et la salle de cinéma, de sorte à créer l'illusion d'un possible contact entre l'un et l'autre. Pour cette raison, l'assimilation de tels effets à une intrigue narrative est plus problématique que celle d'un numéro chanté ou d'une séquence à effets spéciaux. Le jaillissement de figures hors de l'écran, de toute évidence, a pour résultat premier de réactiver le corps du spectateur, et donc de troubler son activité de spectature. Puisqu'il est interpellé physiquement par la représentation, qui menace toujours de fondre sur lui, il peut difficilement procéder à l'oubli de ses assises corporelles et s'identifier à quelque personnage du film. Comme

le disait William Paul : « smashing the window [of the screen] called attention to the fact that there was a window there to be smashed [...] The window ends up constructing itself in its own deconstruction » (1993, p. 336-337).

À propos de l'échec de la révolution du 3-D, plusieurs explications ont été tentées ultérieurement. R.M. Hayes, par exemple, affirme que les mauvaises conditions de projections sont à blâmer pour avoir terni la réputation du format. Valérie Peseux, pour sa part, évoque la concurrence du Cinémascope¹⁷, puis l'alliance progressive du cinéma avec la télévision, qui allait décourager l'usage de formats problématiques pour ce nouveau débouché. La plupart concèdent toutefois que l'omniprésence d'effets de surgissement dans la production de 1952 à 1954 n'a pu que nuire à une éventuelle institutionnalisation du 3-D. Le succès du Cinémascope confirme d'ailleurs cette hypothèse : non seulement celui-ci se prêtait-il bien au cinéma narratif, mais il constituait en plus une nouveauté suffisante pour susciter la curiosité du public. Quoique la promotion qu'on en faisait était à caractère largement attractionnel¹⁸, les films arboraient une esthétique somme toute classique, qui n'entravait pas la transparence du récit chère au grand public. À l'inverse, les cinéastes du 3-D misaient fort sur l'effet de surgissement, dont le principe est justement d'arracher le spectateur à l'absorption diégétique. Toujours selon William Paul : « so long as the emergence effect remained central to the experience of 3-D, the process inevitably became tied [...] to exploitation fare » (2004, p. 229). Et il allait en être ainsi pour la troisième vague d'exploitation du cinéma en relief.

¹⁷ La popularité du Cinémascope aurait alors découragé les exploitants à faire l'acquisition de l'équipement nécessaire pour projeter des films 3-D. La multiplication des formats et des technologies correspondantes rendait évidemment les investisseurs méfiants. On hésitait à investir dans une technique qui risquait de s'avérer obsolète, comme ce fut bientôt le cas pour le 3-D.

¹⁸ Pour plus de détails sur cette question, voir la section 2.4 du présent mémoire.

1.2.3 Le cinéma 3-D entre 1960 et 1985

Malgré un essoufflement général de l'intérêt envers les formats spéciaux, quelques films en relief vont prendre l'affiche au cours de la décennie 1960. Toutefois, l'heure n'est pas à l'innovation : l'on se replie toujours sur l'horreur et la science-fiction, la principale nouveauté se trouvant dans le recours à un autre genre corporel, celui de la production « pour adulte ».

En 1969, le cinéaste Alf Silliman Jr. réalise *The Stewardesses*, un film XXX où les ébats d'un groupe d'hôtesse de l'air sont présentés en trois dimensions. Malgré les limites imposées par un budget extrêmement limité¹⁹, *The Stewardesses* accèdera en quelques mois au titre de la production indépendante la plus lucrative de l'histoire du septième art. Il n'en faut pas plus pour que les films pornographiques en relief déferlent sur les écrans nord-américains : au cours des seules années 1970, l'on recense plus d'une quinzaine de productions du genre. Dans *Cinéma total, essai sur les formes futures du cinéma*, l'auteur de science-fiction Renée Barjavel prévoyait cette évolution dès l'année 1944 :

Les premiers réalisateurs qui utiliseront le relief s'amuseront à donner aux foules le frisson de la surprise et de la peur. Sur les spectateurs sagement assis [...], ils précipiteront des machines hurlantes, des fauves enragés, des tempêtes. Le premier émoi passé, et le monde habitué à ce jouet nouveau, il faudra devenir sérieux. Alors les commerçants qui sont les maîtres du cinéma mondial réclameront des cuisses et des seins (1944, p. 52).

Ce que Barjavel n'avait pas prévu, par contre, c'est que l'histoire se répéterait au cours des années 1980. En effet, le western *Comin' at Ya!* (1981) de Fernando Baldi

¹⁹ Selon R.M. Hayes : « The final film, costing under 100 000\$, wasn't anything anyone was really proud of, and all those involved had their screen credits pseudonymized » (1989, p. 70).

marque le retour en force du 3-D sur le circuit commercial. Comme dans le cas du premier âge d'or, l'engouement est fort et de courte durée (une vingtaine de films en trois ans) et on privilégie l'horreur et la science-fiction (les plus grands succès seront *Jaws 3-D* et *Friday the 13 th – Part III*). Conséquemment, la mise en scène d'effets spectaculaires prime toujours sur la recherche esthétique. La réédition de *It Came from Outer Space* (Jack Arnold, 1953) qui en est à son troisième passage sur les écrans américains confirme cette impression de déjà-vu. Et le sprint de prendre fin brusquement en 1985. À compter de ce moment, et pour les deux décennies à venir, le cinéma stéréoscopique allait surtout être l'affaire de l'entreprise IMAX Corporation.

Selon Ray Zone et Lauren K. Duncan, l'inauguration de l'IMAX 3-D ne marque rien de moins qu'une nouvelle ère dans le domaine des vues en relief. Dans le livre *Stereoscopic Cinema and the History of 3-D Film*, Zone scinde l'histoire du 3-D en trois périodes successives : « The Novelty Period », qui va de l'invention du stéréoscope à la parution de *Bwana Devil* en 1952; « The Era of Convergence », qui couvre l'âge d'or du 3-D et les trois décennies suivantes; et « The Immersive Era », qui met en vedette la célèbre société canadienne. Dans ce chapitre, nous avons omis la première de ces divisions, et ce afin d'insister sur la part de continuité observable dans l'esthétique des films produits avant et après 1952. Ainsi, nous avons pu montrer que le modèle de l'attraction cinématographique a présidé au développement et à la mise en marché du cinéma en relief pendant les premières 70 années de son histoire. Nous concluons également que cette présence du modèle attractionnel est l'un des facteurs ayant contribué aux échecs de l'institutionnalisation du 3-D dans les années 20, 50 et 80.

Dans le chapitre qui suit, nous considérerons toutefois l'apparition de l'IMAX 3-D à la manière de Zone et Duncan, c'est-à-dire comme un point de rupture à partir duquel vont s'opérer des changements majeurs dans l'économie du médium. L'un de ces changements, et non le moins important, concerne la question du genre. Dans les pages précédentes, le corpus que nous avons observé était largement constitué de films de fiction. À l'inverse, les artisans d'IMAX vont favoriser le genre du documentaire, dont la structure ponctuelle répond mieux aux effets de surgissement et aux astuces visuelles propres à manifester le dispositif. Évidemment, la réactivation du corps du spectateur est moins problématique dans un répertoire où l'identification et la projection imaginaire ne sont pas les enjeux dominants. Nous verrons aussi que le thème du voyage, déjà présent dans les courts-métrages de Porter et Kelly, sera mis au premier plan par l'entreprise canadienne.

Chapitre II

L'esthétique du documentaire en IMAX et en IMAX 3-D

Aux dires de Colin Low (1983), les pionniers d'IMAX Corporation pressentaient dès le premier jour l'influence qu'aurait leur dispositif sur le marché du cinéma en relief. Si un délai de 15 années sépare la fondation de la compagnie de l'inauguration de l'IMAX 3-D en 1986, il n'empêche que de constants développements avaient cours depuis le début de la décennie précédente. Dans l'intervalle, les artisans de l'IMAX 2-D ont toutefois produit pas moins de 21 documentaires et peaufiné une esthétique qui allait largement influencer les films empruntant le nouveau format stéréoscopique.

L'objectif du présent chapitre est de faire une phénoménologie de l'« expérience IMAX » et de cerner la position qui y est conférée au spectateur. D'abord, nous ferons une courte mise au point théorique sur la notion d'immersion, afin de lever l'ambiguïté qui l'entoure. Puis, dans l'ordre, nous nous intéresserons à la genèse d'IMAX, aux œuvres tournées dans le format original et à la facture des films en IMAX 3-D. Il apparaîtra que l'ensemble du répertoire table sur l'immersion du spectateur dans l'espace de la représentation, d'où la récurrence du motif du voyage et la valorisation des réactions d'ordre physiologique telles que le vertige. Aussi, nous montrerons qu'en continuité avec la tradition de l'exposition universelle, les films IMAX soulignent leur propre médiation, de sorte à manifester un dispositif en lui-même attractionnel. Nous concluons d'ailleurs que ce dialogue entre immersion et réflexivité participe d'un discours de glorification de l'IMAX, visant à l'élever au-

dessus du cinéma traditionnel. Enfin, dans la section 3.4, nous verrons comment la technologie 3-D en général, et l'effet de surgissement en particulier, reconduisent certains enjeux quant à l'état d'immersion du spectateur. En somme, il apparaîtra que l'IMAX 3-D hérite autant de l'esthétique de la marque IMAX que de la tradition du cinéma en relief entamée 70 ans plus tôt.

2.1 Immersion fictionnelle et immersion perceptuelle

D'emblée, force est de constater que la notion d'immersion est ambiguë et largement polysémique. Aujourd'hui, dans la sphère culturelle, on emploie le terme pour décrire un éventail de pratiques extrêmement large, allant du jeu vidéo au *blockbuster* américain, en passant par la lecture d'un roman classique. Pour l'auteure Marie-Laure Ryan, l'immersion consiste d'abord en la construction d'un monde habitable par le spectateur/lecteur/joueur, monde qui pourra ensuite servir d'arrière-plan à une intrigue narrative. Dans les mots de Ryan :

Immersion is the experience through which a fictional world acquires the presence of an autonomous language-independent reality [...] For a text to be immersive, then, it must create a space to which the reader, spectator or user can relate, and it must populate this space with individuated objects (2001, p. 14).

Fait important, cette définition pose une équivalence entre l'exploration de l'espace proposé par un dispositif de réalité virtuelle et la construction du monde fictif imaginé par le lecteur d'un roman. « [Therefore], this fundamentally *mimetic* concept of immersion [...] applies to novels, movies, drama, representational paintings, and those computer games that cast the user in the role of a character in a story » (*ibid.*, p. 15). Si le modèle de Ryan permet de mettre en lumière les liens qui unissent des

pratiques fort éloignées l'une de l'autre, il souffre dans le cadre du présent travail d'une lacune importante : il nivèle les multiples variations à même de se produire dans le positionnement spectatoriel. Quoiqu'un roman, un film narratif ou un dispositif de réalité virtuelle aient tous en commun de permettre la construction d'un monde fictif, les interactions entre ce monde et le spectateur seront de natures largement différentes d'un médium, et même d'une œuvre à l'autre. On le perçoit aisément, le récit qui éclipse le monde réel et l'image qui se superpose à lui impliquent des positionnements radicalement opposés.

Dans le livre *Virtual Art : From Illusion to Immersion*, l'auteur Oliver Grau formule des hypothèses qui se rapprochent davantage des nôtres. Pour Grau, toute expérience immersive se fonde sur le transport du spectateur dans l'espace de l'image à proprement parler : « the technological goal [...] is to give the viewer the strongest impression possible of being at the location where the images are » (2003, p. 14). Selon Grau, l'histoire de l'art et des médias est marquée par un désir récurrent d'abolir la frontière entre le réel et la représentation, et ce par l'emploi des dernières techniques d'imagerie, comme le panorama, l'IMAX ou la réalité virtuelle. L'enjeu est de créer l'apparence d'une continuité spatiale entre le spectateur et l'image, de sorte à suggérer une possible interaction entre l'un et l'autre. Grau distingue donc l'immersion perceptuelle de l'immersion fictionnelle : dans la première, l'image entretient un rapport physique avec le corps du spectateur, alors que dans la seconde, le corps est désactivé pour favoriser une relation strictement imaginaire avec les personnages et la représentation. Par souci de clarté, nous utiliserons désormais le terme immersion pour désigner uniquement l'immersion perceptuelle.

Pour en revenir à l'IMAX, c'est d'abord la taille de l'écran qui permettra de créer l'illusion d'une même spatiotemporalité entre le corps du spectateur et l'image. On l'a dit plus tôt, l'écran IMAX est d'une superficie qui avoisine les 600 m². Dès lors, les limites du cadre échapperont à l'attention d'un spectateur coopératif, puisqu'elles sont reléguées aux confins de son champ de vision. De même, quoiqu'il en sera peu question dans ce mémoire, le son ambiophonique contribue à masquer la frontière entre le public et la représentation. Esthétiquement, le recours à des images en grandeur naturelle, l'absence d'un montage irréalisant et l'abandon du rôle dramatique du hors-champ auront tous pour effet de favoriser l'immersion en dissimulant la présence du médium cinématographique.²⁰ Toujours selon Grau : « a constant characteristic of the principle of immersion is to conceal the appearance of the actual illusion medium by keeping it beneath the perceptive threshold of the observer » (2003, p. 340). En somme, l'écran ne se présente pas comme un « relais qui annule notre regard » (Sirois-Trahan 2000, p. 148). Au contraire, il procède à sa propre abolition : « the artwork is extinguished as an autonomously perceived aesthetic object » (Grau 2003, p. 339-340).

Dans les pages qui suivent, nous verrons que l'IMAX crée une expérience immersive, mais que les modalités de cette expérience ne correspondent pas exactement au modèle du théoricien allemand. En effet, Grau affirme que l'immersion relève de l'« unconscious illusion » (2003, p. 340), soit l'état du spectateur ne sachant plus faire la part du réel et du virtuel, inconscient de l'acte de médiation auquel il prend part. Or, en dépit de la promesse de transporter le spectateur dans l'image (promesse maintes fois réitérée dans les campagnes promotionnelles), les films IMAX s'inscrivent aussi dans la tradition attractionnelle du fait qu'ils cherchent à manifester le dispositif.

²⁰ À ce sujet, voir Sirois-Trahan 2000.

Comme l'observe Alison Whitney : « IMAX makes few attempts to conceal its apparatus, and most venues draw audiences' attention to the projection and sound technology, presenting it as a key component of the attraction even before people enter the auditorium » (2005, p. 99). Contrairement à Grau, nous ne croyons pas que l'immersion et la réflexivité soient des rapports à l'image contradictoires, bien au contraire. Dans la section 2.3 de ce chapitre et dans la section 3.3 du suivant, nous défendrons l'hypothèse que dans les films IMAX, la réflexivité est le corollaire de l'immersion, et non son envers. En d'autres termes, nous verrons que le médium IMAX s'opacifie par l'action même de sa transparence : la création d'une expérience immersive réussie aura pour effet direct de manifester le dispositif, voire de l'« attractionnaliser ». Le spectateur de l'IMAX pourra percevoir dans un même temps le médium en soi et le représenté à travers lui. À cet égard, nous partageons l'avis de David Jay Bolter et Richard Grusin qui affirment qu'un état de totale immersion peut difficilement exister de façon empirique : « the viewer never sustains that elusive state in which the objects of representation are felt to be fully present [...] When the strategy [of transparent immediacy] fails, a contrary strategy emerges, in which we become fascinated with the act of mediation itself » (1999, p. 236).

En faisant une phénoménologie de l'expérience IMAX, nous montrerons maintenant que les deux « stratégies » susmentionnées sont maintenues en dialogue étroit par les artisans de l'entreprise, et ce depuis sa fondation en 1967.

2.2 Sur les débuts d'IMAX dans la niche des expositions universelles

À l'instar de plusieurs formats spéciaux et de dispositifs à écran large, l'IMAX est né et a fleuri dans la niche des expositions universelles. On le sait, depuis la fin du XIX^e siècle, les expositions universelles célèbrent le progrès technologique en offrant aux inventeurs et aux artistes une tribune pour l'expérimentation sur les nouveaux médias. Dès l'exposition de Paris, en 1900, Raoul Grimoin-Sanson travaille à une projection sur un écran circulaire de 825 m², ce qui requiert l'emploi de 10 projecteurs et autant de bandes de pellicule 70mm. Hélas, le projet est abandonné en raison de difficultés techniques. Louis Lumière, de son côté, parvient à projeter un film 35mm sur un écran plus « modeste » d'environ 350 m². La réponse du public est favorable : 25 000 spectateurs enthousiastes assistent quotidiennement à la démonstration. À compter de ce moment, et pour toute la durée du XX^e siècle, la popularité des formats spéciaux au sein des expositions universelles ne se démentira jamais.

À l'expo 67 de Montréal, plus de 40 attractions dérivant du cinéma tentent d'en renouveler l'expérience. Au pavillon de la Grande-Bretagne, par exemple, l'on s'essaie à la projection d'images en mouvement sur une chute d'eau. Pour le pavillon du téléphone, la célèbre firme de Walt Disney tourne un court-métrage avec le procédé Circle-Vision, qui emploie un écran à 360°. Aussi, le Canada n'est pas en reste : les futurs fondateurs d'IMAX, Graeme Ferguson, Robert Kerr, Colin Low et Roman Kroitor, vont s'illustrer avec les spectacles pour écrans multiples *Polar Life* et surtout *Labyrinth*.

Selon la chercheuse Allison Whitney, l'expérience de *Labyrinth* annonçait déjà la tangente qu'allait prendre l'entreprise IMAX dans la mise en marché de son

dispositif. L'enceinte était divisée en trois chambres que le spectateur devait explorer pour accéder aux différentes projections. La première de ces chambres contenait deux écrans disposés en angle droit. L'un était placé sur le mur du fond et l'autre au sol, quelques mètres sous les rangées de balustrades qui accueillaient les visiteurs. Dans la troisième chambre, un total de cinq écrans formaient un motif cruciforme devant lequel on pouvait s'asseoir. Ces configurations inhabituelles cherchaient surtout à provoquer des réactions d'ordre physiologique, comme le vertige. Ainsi, dans la première chambre, l'on devait se pencher au-dessus d'une rampe pour voir les différents plans aériens qui étaient projetés sur le sol, en contrebas. La pièce médiane, « The Maze », consistait d'ailleurs en un parcours labyrinthique visant à désorienter le public en vue de la dernière projection.

Dans la plus pure tradition de l'exposition universelle, l'expérience de *Labyrinth* impliquait un spectateur actif, toujours en mouvement, et donc constamment rappelé à sa position empirique : « visitors [were] explicitly encouraged to position themselves as spectators in relation to the new or even futuristic world being formed through technological progress » (Whitney 2005, p. 17). De tout temps, selon Whitney, les attractions présentées dans les expositions universelles ont fait de leurs propres conditions de réception un sujet privilégié. Dans le cas de *Labyrinth*, l'accent n'était pas mis sur le représenté, sur l'image en soi, mais bien sur l'acte de spectature, et surtout sur le nouveau rapport à l'image qu'il impliquait. Le contenu des films était subordonné à l'architecture de chaque pièce, et l'ensemble devait évoquer un parcours initiatique, celui du spectateur. Ultimement, l'enjeu de *Labyrinth* ne se trouvait pas dans la succession des scènes à l'écran, mais dans le mouvement physique et affectif du visiteur, qui arpentait l'enceinte d'une installation à l'autre.

Quelques trois ans après l'expo 67, Low, Ferguson, Kerr et Kroitor vont inaugurer le procédé IMAX au pavillon Fuji de l'exposition universelle d'Osaka. À l'origine, le groupe devait travailler avec un triple écran et trois bandes de pellicule 70mm standard. Toutefois, soucieux de s'éviter des problèmes de synchronisation au moment de la projection et de la prise de vues, Colin Low décide de gonfler la taille de l'écran et proportionnellement, celle de la pellicule, de sorte à n'employer qu'une seule caméra et un seul projecteur. C'est un système de défilement à l'horizontale, la *Rolling Loop*, qui a permis un tel agrandissement. En effet, la *Rolling Loop* (en français « boucle déroulante ») permet de réduire l'effort de traction sur les perforations de la pellicule et ainsi d'éviter qu'elle ne se déchire dans le projecteur.²¹ Le format 70mm d'IMAX s'étend sur un total de 15 perforations : il est 10 fois plus grand que le 35mm traditionnel, et trois fois plus que le 70mm standard à cinq perforations.

Le pavillon Fuji a été conçu sous la supervision de Yukata Murata, un architecte bouddhiste reconnu pour ses expériences dans le domaine des structures pneumatiques. Le tout premier dispositif IMAX a donc été accueilli par une enceinte gonflable de forme vaguement cylindrique.²² D'apparence frêle, le pavillon pouvait néanmoins résister à n'importe quelle intempérie. Il abritait plusieurs sous-structures pneumatiques, telles qu'un café et plus étonnamment encore, des toilettes. À l'inverse, l'on n'y trouvait aucun siège. Les visiteurs regardaient le film debout, sur une

²¹ Quoiqu'ils y aient apporté des changements considérables, les artisans d'IMAX ne sont pas à l'origine de la *Rolling Loop*. Ils en ont acheté le brevet à un inventeur australien, Ron Jones. Le lecteur comprendra que c'est l'augmentation de la vitesse du défilement, entraînée par l'agrandissement de la pellicule, qui causait en fait le problème du déchirement.

²² Dans la lignée du pavillon Fuji, plusieurs théâtres IMAX affichent aujourd'hui des designs architecturaux hors-normes. Le Parc du Futuroscope, situé près de la ville de Poitiers, en offre à lui seul plusieurs exemples : la salle Kinémax évoque un cristal géant tandis que la façade du Tapis Magique représente un orgue. Plus loin, à Paris, l'enceinte de La Géode prend la forme d'une gigantesque sphère de 36 mètres de diamètre.

plateforme rotative qui les menait de l'entrée du pavillon à l'écran et de l'écran à la sortie. Aussi, le film *Tiger Child* (réalisé par Donald Brittain) n'était pas la seule attraction visuelle : un total de 27 projecteurs couvraient les murs et le plafond d'images diverses.²³ Bien qu'immobile sur la plateforme, le spectateur était toujours en mouvement, et donc constamment sollicité par l'image et l'architecture, dont les espaces devaient ultimement se confondre :

The presence of so many projections and the fact that they occupied nearly every interior surface [shows] that the invention of IMAX was not merely an attempt to create ever-larger film screens, but rather an effort to integrate the entire pavilion space into the cinematic experience (Whitney 2005, p. 44).

En continuité avec *Labyrinth*, *Tiger Child* subordonnait la projection cinématographique à la création d'un espace entièrement spectaculaire, destiné à être parcouru physiquement par les visiteurs. Évidemment, le film ne présentait pas une intrigue linéaire, mais une suite de scènes illustrant des conflits d'ordre culturel ou des catastrophes écologiques. En rupture avec le discours technocentriste propre aux expositions universelles, *Tiger Child* examinait la relation entre l'être humain et un environnement de plus en plus artificiel, mécanisé, d'où l'assujettissement à cette plateforme veillant au déplacement de chacun.²⁴

C'est moins d'un an après le succès de *Tiger Child* à Osaka que le groupe IMAX va inaugurer sa première salle permanente, au parc d'attractions Ontario Place de Toronto. À cette occasion, Graeme Ferguson dévoile *North of Superior*, un court-

²³ Ces projections tournaient en boucle et ne demandaient pas à être synchronisés à l'attraction principale, présentée sur l'écran IMAX.

²⁴ L'une des scènes les plus dérangeantes de *Tiger Child* montrait une danseuse à gogo flanquée de part et d'autre par des images tournées dans un abattoir hautement mécanisé. « Where viewers expect a go-go dancer to represent energetic youth and beauty, *Tiger Child* renders her a *momento mori* – equating the eroticised female body with meat to illustrate the violent relationship between the organic and the mechanical » (Whitney 2005, p. 46).

métrage de 18 minutes explorant les paysages de la région du Lac Supérieur.²⁵ Selon Allison Whitney (2005, p. 18, 99), l'exploitation commerciale de l'IMAX ne se fonde pas sur le déni de la dimension participative de projets tels que *Labyrinth*. Au contraire, la jeune société canadienne voulait établir une infrastructure permanente pour une forme de cinéma condamnée jusque-là à un circuit d'exploitation marginal et à une existence éphémère. Dès lors, le principe fondateur d'IMAX restera la jonction entre l'expérience de l'architecture et celle du cinéma, de sorte à créer un espace cinématographique susceptible de se prolonger dans la salle.

À cet égard, Whitney observe qu'en continuité avec *Labyrinth* et *Tiger Child*, les films IMAX vont favoriser une expérience collective en soulignant la présence des autres membres du public (2005, p. 103-104). Plus souvent qu'autrement, la composition de l'image va inciter le spectateur à regarder légèrement vers le bas, de sorte à inclure dans son champ de vision les quelques rangées de bancs qui lui sont inférieures. En outre, la lampe du projecteur²⁶ est d'une puissance telle que la luminosité de l'image suffit pour éclairer l'entière salle de cinéma et révéler l'environnement immédiat de chacun. Toujours selon Whitney, la visibilité des autres membres du public permettra d'abord de magnifier le dispositif en donnant une échelle à l'image : évidemment, les silhouettes paraîtront bien petites aux côtés d'un écran de près de 600 m². Mais la présence de corps réels en amorce de l'image aura également pour effet de partager le regard du spectateur entre l'espace de la salle et celui de la représentation.

²⁵ En faisant l'éloge du paysage canadien, *North of Superior* poursuivait la dimension nationaliste des premiers projets d'IMAX. Produit pour l'Expo 67 (dont le thème était « Man and His World »), *Labyrinth* insistait sur la diversité géographique et culturelle du Canada tout en le présentant comme un pays moderne, par le recours à un dispositif cinématographique de pointe. À ce sujet, voir Whitney 1999.

²⁶ Le projecteur IMAX emploie une lampe au xénon de 15 KW. Elle est trois fois plus puissante que les lampes utilisées dans les salles traditionnelles.

Aussi, plutôt que de cacher le fonctionnement de l'illusion, comme le fait le cinéma traditionnel, les salles IMAX vont souligner à gros traits la présence du dispositif. Souvent, le projecteur sera visible, et parfois même mis en évidence. À la Géode de Paris, par exemple, une vitrine offre un point de vue privilégié sur la cabine de l'opérateur. Avant de quitter, les visiteurs peuvent s'y arrêter pour assister au changement de bobine ou à toute autre manipulation. Plus près de nous, au cinéma IMAX de Québec, tous les programmes principaux sont précédés par une présentation en son et lumière qui attire l'attention sur quelques caractéristiques techniques, comme la puissance du système de son ou la taille de la pellicule. Enfin, la plupart des théâtres IMAX sont conçus pour que l'entrée de la salle se trouve au pied de l'écran, de sorte que le premier réflexe du spectateur soit d'en éprouver la hauteur.

En continuité avec le modèle attractionnel, le médium IMAX est donc toujours d'une *insistante présence*, que ce soit avant, pendant ou après le spectacle. Dans les mots de Charles Acland : « the corporate logo [is effectively imprinted] upon every frame. Unlike conventional cinema, it is impossible to forget you are watching IMAX technology » (1998, p. 431). Plus que de manifester l'origine photographique de la représentation, la visibilité du dispositif invite ici le spectateur à contempler l'effet qui sera produit sur son complexe sensoriel. Par conséquent, l'IMAX induit une spectature éminemment réflexive : « by evoking a sense of imminent transformation or perpetual futurism, IMAX manages to intensify the [...] consciousness of the act of film-going, and in doing so, provide a valuable opportunity to contemplate cinema itself » (Whitney 2005, p. 15).

Il va de soi que depuis 1971, la stratégie promotionnelle d'IMAX met l'accent sur les spécificités du format, et sur sa prétendue supériorité par rapport au cinéma

traditionnel. À l'origine, le slogan de l'entreprise était : « IMAX — The cinema of the future is already here ». Dans un article publié dans les *Cahiers du cinéma*, Paul Virilio compare l'expérience de La Géode à celle d'un double voyage dans le temps : « pendant 40 minutes, le spectateur d'aujourd'hui est projeté [...] à la fois aux origines du cinéma forain et dans le futur technologique qui s'ouvre à nous. » (1986, p. 35). Quoique la devise de l'entreprise ait changé voilà quelques années pour « Think big », IMAX présente toujours ses produits dans des termes qui évoquent l'avenir, comme si l'entreprise canadienne représentait un idéal technologique toujours en devenir :

Although IMAX has existed for over 35 years, its marketing rhetoric still positions it as constantly on the cusp of a radical transformation in filmic experience, suggesting that it is itself cinema's mythological destination [...] Therefore, IMAX manages to remain the 'cinema of the future' by refusing to finalize its own invention (Whitney 2005, p. 7-10).

Aussi, les variations du dispositif d'origine ont certainement contribué à maintenir l'aura de nouveauté qui entoure la compagnie depuis sa fondation. Outre le système de projection sur écran hémisphérique IMAX Dôme (ou OMNIMAX), toutes ont d'ailleurs été inaugurées dans le cadre d'expositions universelles : l'IMAX 3-D remonte à l'exposition de Vancouver en 1986, puis l'IMAX Solido et l'IMAX Magic Carpet ont été lancés à l'exposition de 1990 à Osaka. En bref, l'IMAX Solido permet de projeter un film 3-D sur un écran hémisphérique, et le Magic Carpet emploie un double écran IMAX dont l'un est situé sous le public, afin de lui donner l'impression de flotter au-dessus de l'image. Pour être complet, mentionnons aussi l'expérience de l'IMAX HD, un dispositif de projection à 48 images/seconde qui a été présenté à l'exposition de Séville en 1992, pour ensuite être abandonné en raison de coûts de production trop lourds. Enfin, plusieurs parcs d'attractions proposent aujourd'hui des manèges où un écran IMAX est couplé à un système de cinéma dynamique, qui

emploi des vérins hydrauliques pour agiter les sièges en fonction de ce qui survient à l'écran.²⁷

On le perçoit aisément, tous ces dispositifs ont en commun leur mise en marché attractionnelle et le souci de brouiller la frontière entre l'espace de la représentation et la salle de cinéma. En ce sens, et malgré de profondes divergences esthétiques, ils participent eux aussi de la démarche entamée en 1967 avec *Labyrinth*.

2.3 Sur l'esthétique du documentaire en IMAX 2-D

Since its emergence more than thirty years ago [...] IMAX has latched onto the twin ideas of immersion and the travelogue as the sine qua non of the large-screen format [...] Whether in flat-screen theatres, 3-D, or dome screens; 'Be There' could easily be the corporation's trademarked tagline (Griffith 2009, p. 94).

Il va sans dire que depuis 1970, la société IMAX tire profit de son écran géant pour proposer la découverte d'endroits exotiques et lointains, voire carrément inaccessibles. Entre les seules années 2005 et 2009, la clientèle d'IMAX a pu visiter des environnements aussi divers que les fonds marins (*Under the Sea, Wild Ocean*), la savane africaine (*African Adventure, Wild Safari*), la surface de la Lune (*Magnificent Desolation*), le sommet du mont Eiger (*The Alps*), le Nil, la Vallée des Rois (*Mystery of the Nile, Momies : Secrets of the Pharaohs*) et bien d'autres endroits non moins

²⁷ Parmi les exemples, on compte le célèbre *Back to the Future : The Ride* (Douglas Trumbull, 1991), qui a longtemps élu domicile aux parcs d'attractions Universal Studios du Japon, de la Floride et de la Californie.

inusités. Pour cette raison, l'auteure Alison Griffiths inscrit l'IMAX en continuité avec d'autres dispositifs à écran large tels que le Cinérama et le Cinémascope, mais aussi avec le panorama pictural, qui capitalisait dès le milieu du XIX^e siècle sur l'immersion du spectateur dans l'espace de la représentation : « in both a literal and chimerical sense, each of these representational forms latches on to the idea of being in another place or entering into the image » (2009, p. 95). Pour la plupart, les panoramas représentaient des paysages célèbres ou de grands affrontements militaires, sur une toile qui pouvait atteindre 1 500 m². L'image était appréciée non seulement dans sa capacité à représenter le réel. Idéalement, elle devait se faire passer pour lui. On reconnaîtra la survivance de cet enjeu dans les campagnes promotionnelles d'IMAX, où l'on insiste sur l'impression de présence rendue possible par la disparition du cadre, ou du moins par l'effacement de sa perception :

IMAX takes the world 'out there' and enlarges it to gigantic proportions, heightening the sensation of virtual presence and haptic immersion. [Therefore] ideas of travel are intrinsic to IMAX's genetic (and mimetic) makeup, inscribed in the [very] promotional discourse surrounding [it] (Griffiths 2009, p. 95).

Évidemment, le potentiel immersif de l'écran IMAX ne suffit pas à expliquer une telle prédilection pour les sujets exotiques et le récit de voyage. Historiquement, l'emplacement des amphithéâtres et la nature des institutions auxquelles ils se rattachent ont largement contribué à façonner le corpus d'IMAX. En effet, malgré les efforts menés par l'entreprise au cours des dernières années pour consolider sa place sur l'échiquier commercial (notamment en projetant des films hollywoodiens et en louant son dispositif aux exploitants de salles traditionnelles), il demeure qu'une forte proportion des cinémas IMAX se trouvent annexés à des institutions muséales, ce qui les contraint à respecter un mandat éducationnel. En 2009, parmi les 150 salles que

comptait le réseau IMAX aux États-Unis, près de la moitié étaient situées dans des centres des sciences ou dans des musées d'histoire naturelle. Une part importante des revenus est donc assurée par les groupes scolaires, qui visitent ces salles sur semaine et de jour, moment où elles seraient autrement peu achalandées.

D'emblée, le recours au récit d'expédition et au documentaire (surtout géographique et animalier) a permis aux artisans d'IMAX de subordonner des segments didactiques à la mise en scène d'un « voyage virtuel », qui justifie en lui-même l'intérêt des visiteurs. Le film *Mystic India* (Keith Melton, 2004), par exemple, présente les paysages grandioses de l'Inde en suivant les exploits d'un marcheur ayant parcouru pas moins de 12 000 km en 7 ans. Aussi, dans *Adrenaline Rush : the Science of Risk* (Marc Fafard, 2002), l'étude des effets de l'adrénaline sur le corps humain sert de prétexte pour parachuter la caméra (et le spectateur) au-dessus du Désert des Mojaves, de l'archipel des Keys et d'un fjord norvégien. Ici, on remarque qu'il y a un déplacement, puisque le sujet du film est moins le voyage en soi qu'un effet physique, la montée d'adrénaline, qu'occasionne le « voyage » et qu'on cherche à inspirer au spectateur. Enfin, plus traditionnellement, le film *Everest* (David Breashears et Stephen Judson, 1998) documente l'ascension de la plus haute montagne du monde par un groupe d'experts, et ce faisant nous informe sur les rudiments de l'alpinisme et sur quelques aspects de la culture népalaise.

Un peu moins de cinq ans après sa sortie²⁸, *Everest* est devenu à la fois le documentaire et le film sur écran large le plus le plus rentable de tous les temps. Selon Allison Whitney, ce succès repose moins sur la mise en valeur de l'Everest par l'IMAX

²⁸ En rupture avec le cinéma traditionnel, les films IMAX peuvent rester en salle des années, voire des décennies. En 2006, le documentaire *To Fly !* a fêté ses 30 ans d'exploitation. Encore aujourd'hui, il est projeté quotidiennement au Smithsonian National Air and Space Museum de Washington.

que sur celle de l'IMAX par l'Everest. En effet, la représentation d'un espace aussi vaste et imposant pose un défi de taille au cinéma traditionnel, défi que l'IMAX relève volontiers. Dans *Everest*, le gigantisme de la montagne fait écho à celui de l'écran, de sorte à asseoir leur suprématie réciproque.²⁹ Puisque l'image demande à être explorée suivant un axe vertical, l'accent est mis sur la hauteur du format, qui est sans doute sa caractéristique la plus fréquemment mentionnée dans les campagnes promotionnelles. Dans le film de Breashears et Judson, donc, ce n'est pas le dispositif qui magnifie le sujet, mais le sujet qui magnifie le dispositif dans sa capacité à en re-présenter l'expérience. À cet effet, Whitney conclut que l'impression de sublime, lorsqu'elle saisit un spectateur donné, est tributaire des conditions de la vision plus que des figures représentées : « [IMAX creates] a viewing experience that evokes the sublime in and of itself » (Whitney 2005, p. 152).

Par ailleurs, en continuité avec *Labyrinth* et *Tiger Child*, les artisans d'IMAX vont profiter de la taille de l'écran pour provoquer des sensations d'ordre physiologique telles que le vertige ou l'étourdissement, mais aussi (et plus nettement encore) lavection, soit l'impression de mouvement ressentie grâce au défilement rapide du paysage, et ce malgré l'immobilité du corps propre. Depuis *To Fly!* en 1976 (Jim Freeman et Greg MacGillivray), le thème de l'aviation a d'ailleurs la cote chez IMAX.³⁰ Dans cette lignée, Stephen Low a tourné *Fighter Pilot* (2004), un documentaire sur les avions de combat et sur l'opération Red Flag, qui réunit des pilotes du monde entier dans des simulations d'affrontements militaires extrêmement

²⁹ À cet égard, nous avons vu en introduction (p. 7) que la mise en valeur du dispositif par le sujet des films est un enjeu récurrent dans le marketing d'IMAX.

³⁰ Outre *To Fly!* et *Fighter Pilot*, *The Magic of Flight* (MacGillivray, 1996) et *Straight Up : Helicopters in Action* (Douglas, 2002) ont aussi connu un bon succès.

complexes. Afin d'inspirer le frisson de la vitesse et du danger, la caméra est placée tantôt dans le cockpit, avec le pilote, et tantôt directement sur l'aile de l'avion, qui vole en rase-mottes pour accentuer le défilement du paysage.

Plus généralement, dans le corpus d'IMAX, les plans aériens jouissent d'une utilisation soutenue : on y a fréquemment recours pour introduire un lieu ou un environnement, afin de donner au spectateur l'impression de le parcourir.³¹ Le film *Grand Canyon : The Hidden Secrets* (Kieth Merrill, 1984), tout spécialement, multiplie les envolées aux quatre coins du monument, ce qui contraste avec l'expérience plus statique du touriste in situ. En soi, l'impression de mouvement s'inscrit en parfaite continuité avec l'esthétique développée par IMAX, puisqu'elle met en valeur le dispositif tout en brouillant la frontière entre l'espace de la salle et celui de la représentation. Le penchant de l'entreprise pour le thème du voyage est d'ailleurs certainement enhardi par la force de ce sentiment devection lors des scènes tournées à bord d'un moyen de transport. Selon Charles Acland : « for IMAX, 'being there' is most often thought of in terms of a sensation of movement; ironically, it is the induced sensation of travel, rather than arrival at a location, that prompts the claims of hyperpresence » (1998, p. 435).

D'emblée, le propre de l'impression de présence dans les documentaires IMAX est d'être doublement limitée : d'abord par les nombreux rappels de la présence du

³¹ On a également recours au plan aérien pour construire une représentation ordonnée de l'espace et donner au spectateur l'impression de le dominer. Selon Charles Acland, « IMAX's massive screen and travelling camera construct an idea of totality [...] IMAX offers movement without moving, tourism without travel, and effects a brand of geographical transformation akin to that of map-making. The sequence of images puts forward an argument of geographic centrality to the spectator ; the order, and the sensory experience of that order, releases a foundational myth of tourism and museums alike – that of the encounter with distant lives and places, but always through a set of ordering and structuring principles. In the end, IMAX similarly writes a geographical relation in which distance does not matter and in which the organization of sites is always possible in and through its technological system » (1995, p. 436).

dispositif, et bien sûr par l'échec anticipé d'une réelle interaction avec l'image. Quoique l'IMAX semble promettre la fusion entre l'espace du film et celui de la salle, « celle-ci ne peut se produire sans entraîner une réaction due au fait que le spectateur est sollicité pour explorer le territoire filmique par son corps entier, sans toutefois pouvoir en utiliser les compétences » (Lagny 2000, p. 194). Dès lors, cette impression de présence a pour corollaire un inévitable questionnement sur le fonctionnement du leurre. Ce questionnement est catalysé par la réflexivité du médium et plus généralement, par l'ancrage dans le modèle attractionnel. On l'a vu, la plupart des films IMAX se distinguent par la représentation de lieux grandioses, à l'image du dispositif (*Everest, Mystic India*) de même que par la force du sentiment de vexion et d'immersion dans l'image (*Adrenaline Rush*). Quoi qu'il en soit, le montré sous-tend toujours une rhétorique de glorification du dispositif. L'enjeu est de constamment réitérer la supériorité (prétendue) de l'IMAX par rapport au cinéma traditionnel, qui est inapte à créer une expérience du même ordre. Le film sert en quelque sorte de faire-valoir, car toute projection consiste d'abord en une démonstration des performances du dispositif. C'est pourquoi Allison Whitney (2005, p. 132-133) affirme que l'expérience IMAX implique la visite de deux lieux différents : la salle de cinéma et l'espace profilmique.

On conclut donc que les documentaires du corpus induisent une expérience immersive, et que celle-ci, forcément imparfaite, induit à son tour un questionnement sur le rapport que le spectateur entretient avec l'image. Ce questionnement participe d'un discours de glorification de l'IMAX, discours qui a déterminé jusqu'au nom dont la compagnie s'est affublée : en effet, « IMAX » provient de la condensation des mots « image » et « maximization ».

2.4 Sur l'effet de surgissement et l'état d'immersion dans le documentaire en IMAX 3-D

À première vue, il ne semble pas s'opérer de rupture significative entre les sujets privilégiés d'une part par l'IMAX et d'autre part par l'IMAX 3-D. Les deux catalogues sont largement dominés par les documentaires et les récits de voyage que nous avons décrits dans les pages précédentes. Qui plus est, plusieurs films tournés avec le procédé stéréoscopique seront convertis en postproduction pour prendre l'affiche dans les deux formats : depuis 2008, ce fut le cas pour *Dolphins and Whales*, *Wild Ocean*, *Under the Sea* et *Grand Canyon Adventure*. Dans les lignes qui suivent, nous montrerons toutefois que l'IMAX 3-D reconduit certains enjeux quant à l'état d'immersion du spectateur, tout spécialement quand il y a mise en scène d'effets de surgissement.

Par effet de surgissement (en anglais « emergence effect » ou « negative parallax³² »), l'on désigne l'apparition de figures dans l'espace circonscrit par le corps du spectateur et l'écran, donc dans la salle à proprement parler. L'effet est obtenu dès que pour une figure donnée, les deux images formant l'illusion du 3-D correspondent à l'œil qui leur est le plus éloigné physiquement. L'image qui correspond à l'œil droit se trouve à gauche de l'image qui correspond à l'œil gauche, et vice-versa, de sorte que les yeux du spectateur convergent vers un point qui précède l'écran.³³ Au premier

³² La parallaxe se définit comme l'incidence d'un changement de position dans l'observation d'un objet. Dans le cas qui nous occupe, elle désigne la distance qui sépare les deux images formant l'image 3-D. Cette distance est considérée comme négative dès que les images correspondent à l'œil qui leur est le plus éloigné physiquement.

³³ La convergence des yeux du spectateur sur un point situé devant ou derrière l'écran explique d'ailleurs les maux de têtes et les étourdissements qu'engendre parfois par l'écoute d'un film 3-D. Et pour cause : « in stereoscopic transmission the eyes are asked to do something they seldom do in nature [...] As an

chapitre, nous avons vu que la parallaxe négative a été utilisée de façon systématique aux États-Unis, du moins jusqu'au tournant de l'année 1985, qui marque la troisième tentative d'implantation du 3-D dans le circuit commercial. Historiquement, il semble que le médium ait été en mal de traits distinctifs par rapport aux autres formats spéciaux : du fait qu'ils recréaient efficacement l'illusion de la profondeur, le Cinérama et le Cinémascope ont souvent été présentés comme des procédés de cinéma en relief. « You won't be gazing at a movie screen, lisait-on sur les publicités de *This is Cinerama* (1952). You'll find yourself swept right into the picture, surrounded with sight and sound ». Et pour *The Robe* (1953), tourné en Cinémascope : « The modern miracle, you see without glasses ! » Selon William Paul, l'effet de surgissement permettait, entre 1952 et 1985, de distinguer le 3-D de ses compétiteurs tout en servant la création d'un espace cinématographique nouveau, exclusif au médium :

Wide aspect ratios with their screens that 'engulf' or 'swallow' the audience sketch out a female space, and perhaps specifically a maternal space, that draws the spectator into the screen [...] On the other hand, 3-D with its profusion of threatening objects that penetrate the theatre's auditorium sketches out a male space (1993, p. 338-339).

Si la dichotomie observée ici par Paul s'avère utile pour penser la différence entre les formats plats et stéréoscopiques (notamment selon la théorie des genres), elle échoue à rendre compte de la richesse du potentiel de l'IMAX 3-D, et ce pour deux raisons. Premièrement, en rupture avec les dispositifs qui étaient d'usage entre 1952 et 1985, l'IMAX 3-D est un procédé à écran large. À titre d'exemple, tout l'enjeu de *U2 3D* (Owens et Pellington, 2008) se trouve dans la création d'un « espace maternel » dans lequel le spectateur croira rejoindre les membres du célèbre groupe irlandais.

object move out into the theatre the eyes are asked to converge but must remain in focus on the screen. In nature when the eyes converge to follow an approaching object they also focus on that object » (Low cité dans Whitney 2005, p. 123).

Deuxièmement, en raison de la taille de l'écran, le procédé canadien permet une utilisation de la parallaxe négative qui ne se fonde pas uniquement sur le principe d'agression, comme en témoignent des documentaires tels que *Dolphins and Whales : Tribes of the Ocean* (Jean-Jacques Mantello, 2009). C'est que, dans le corpus observé par Paul, seuls de petits objets pouvaient prendre d'assaut la salle de cinéma, puisqu'ils devaient rester dans la pyramide formée par les quatre coins de l'écran et le siège du spectateur. Dans les mots de Colin Low :

Lorsqu'un objet suspendu dans l'espace se rapproche du spectateur, il devient plus grand en tant qu'image. À un certain point, il ne peut plus être contenu dans l'apex de la pyramide parce qu'il est croisé (coupé) par le cadre de l'écran [...] À ce moment-là, l'objet se « retire » derrière l'écran parce que le cadre est *dominant* dans l'espace et que le spectateur ne peut accepter comme réel [...] un objet décapité ou tronqué ou incomplet (1983, p. 44).

Au cours de l'âge d'or du 3-D, l'on cherchait à produire un maximum d'effet en n'ayant recours qu'au surgissement de figures relativement petites. C'est pourquoi, dans la plus pure tradition du cinéma des attractions, on a privilégié l'apparition d'objets rebutants ou menaçants, de sorte à favoriser le choc. Dans *House of Wax* (André de Toth, 1952), par exemple, on projette tour à tour sur le spectateur des ossements humains, une hallebarde, une tête décapitée, une balle de ping-pong et les jambes de quelques danseuses de cancan. Toujours selon Paul :

[3-D's] mode of address is aggressive: it is constantly moving into the audience space in a way that is experienced as threatening. With a large variety of weapons the most frequent items emerging from the screen, [even] the emerging women were necessarily placed in a context of intimidating aggression (1993, p. 340).

L'apparition brève et soudaine de ces objets avait d'ailleurs pour fonction de camoufler la faible envergure de la pyramide stéréoscopique et l'étroitesse de l'espace habitable par les figures émergentes. À l'inverse, avec une superficie qui avoisine les

600 m², l'écran IMAX permet à des volumes imposants de s'avancer dans la salle. Aussi les contraintes posées par le cadre sont-elles plus souples, du fait qu'il est relégué aux confins du champ de vision et que sa présence échappera à l'attention d'un spectateur coopératif. Les objets tronqués peuvent donc surgir sans risque de désamorcer l'illusion. C'est notamment le cas dans *Dolphins and Whales*, où le 3-D en général, et l'effet de surgissement en particulier, permettent de parfaire la représentation des animaux. Les segments les plus réussis du film de Jean-Jacques Mantello présentent d'ailleurs des figures tronquées sous la forme du profil des baleines, dont on montre la couleur et la texture en plan très rapproché. Ici, le gros plan revêt en quelque sorte la fonction du plan d'ensemble : le spectateur contemple le relief des animaux un peu comme il le ferait pour celui d'un paysage. À cet égard, Allison Whitney remarque qu'en raison de sa taille, l'écran IMAX a le propre de transformer l'effet des variations dans l'échelle de plan. Selon l'auteure, le rapprochement ou l'éloignement de la caméra ne traduit plus un déplacement de l'attention du spectateur, à l'instar du cinéma narratif, mais l'agrandissement ou le rétrécissement du corps du spectateur proportionnellement aux figures présentées à l'écran :

The enormous size of the [...] images not only make one feel fragile and small in the presence of vast forms, but it also shrinks the spectator, allowing one to experience actually being a minute form. Spectators undergo a change of scale that allows the conventions of landscape to apply [even] to the microscopic realm (2005, p. 162).

Cette impression d'agrandissement et de rétrécissement du corps propre est également tributaire de la disparition du support, ou du moins de sa planéité, par l'effet du médium stéréoscopique. Puisque l'écran « dématérialisé » cesse de fournir un point de repère visuel permettant de se situer dans l'espace de la salle, « the film becomes intelligible only in terms of its relationship to your personal space and your own

understanding of visual logic. In IMAX 3-D, the viewer's only stable reference point becomes his or her own body » (Whitney 2005, p. 115).

Pour en revenir à *Dolphins and Whales*, on remarque que l'emploi d'un relief moins saillant permettra de maintenir un schisme entre le spectateur et le représenté. En effet, dans les scènes mentionnées plus haut, les baleines sont données en tant que pures surfaces, et non en tant que corps avec lesquels il est concevable d'interagir. Mantello cherche à créer une proximité tout en désamorçant l'illusion d'une possible rencontre entre le spectateur et les cétacés. C'est pourquoi il s'applique à faire déborder leurs silhouettes des quatre côtés du cadre. Les baleines paraissent donc à la fois proches et inaccessibles; proches grâce à la taille de l'image et l'emploi du gros plan, et inaccessibles en raison de la fragmentation des corps et du relief modeste offert par la chair boursouflée.

Si l'effet de surgissement dans *Dolphins and Whales* vise exclusivement à parfaire la représentation des animaux, et non à perturber l'état d'immunité caractéristique du cinéma traditionnel, force est d'admettre que le film de Jean-Jacques Mantello fait figure d'exception. On l'a dit, les réactions d'ordre physiologique sont un aspect important de l'expérience IMAX, or l'approche de figures émergentes peut en susciter de très vives. Par exemple, dans plusieurs passages de *Dinosaurs : Giants of Patagonia* (Marc Fafard, 2007) le spectateur a le réflexe de se rabattre sur son siège, harcelé qu'il se trouve par les quelques tyrannosaures et autres mammouths qui l'ont pris en appétit. Dans *Deep Sea 3D* (Howard Hall, 2006), à l'inverse, la nage lente des poissons tout juste au-dessus de sa tête l'invite à tendre la main pour tester l'illusion, ce que font inmanquablement les enfants qui assistent à la séance. En plus du transport vers un lieu inaccessible et lointain, la parallaxe négative permet de télescoper des

corps étrangers à l'intérieur de l'auditorium, littéralement à portée de main du spectateur. D'emblée, le réflexe d'autodéfense dans *Dinosaurs* et la mise à l'épreuve de l'image dans *Deep Sea* relèvent tous deux d'une croyance, fut-elle partielle ou momentanée, dans l'actualisation du représenté : les figures semblent réelles du fait qu'elles évoluent dans un espace qui l'est. À cet effet, Allison Whitney (2005, p. 115) observe que la visibilité des autres membres du public, dans le cas de l'IMAX 3-D, ne sert plus à marquer la taille de l'écran, mais la proximité des figures émergentes, qui semblent toujours prêtes à renverser les rangées de bancs inférieures au sujet regardant.

Si, dans les films en IMAX 2-D, la confusion entre les espaces de représentation et de réception tendait à virtualiser la salle de cinéma (et le corps du spectateur) afin de procéder au « voyage virtuel » promis, les documentaires en IMAX 3-D vont pour leur part proposer un double mouvement, où la diégétisation du corps propre alterne avec l'actualisation des figures émergentes. L'inscription du spectateur dans l'image cède donc le pas à celle de l'image dans la salle, et réciproquement. C'est pourquoi les artistes de l'IMAX 3-D vont préférer, à la représentation d'un lieu exotique, celle des corps qui peuplent ce lieu. À titre d'exemple, les films *Deep Sea 3D* et *Under the Sea 3D* (Hall, 2006 et 2009) traitent moins de la mer en soi que des animaux qui y vivent. Pour la savane africaine, la même remarque s'applique à *Wild Safari 3D* et *African Adventure : Safari in the Okavango* (Ben Stassen, 2005 et 2007).

Dans le prochain chapitre, nous nous pencherons plus longuement sur le cas de *Sea Monsters 3D : A Prehistoric Adventure*, réalisé par Sean MacLeod Phillips en 2007. D'emblée, *Sea Monsters* est un documentaire typique d'IMAX en ce qu'il fait se succéder segments didactiques et scènes attractionnelles. Toutefois, à l'instar de

Dinosaurs, le film de Phillips pose problème du fait qu'il emploie l'image de synthèse et que conséquemment, les monstres qui s'arrachent de l'écran sont frappés d'une double absence : ils n'ont pas vraiment corps dans la salle de cinéma ni même de référent dans le monde réel actuel.

Pour conclure, un bref rappel. Dans ce chapitre, nous avons montré qu'en continuité avec la tradition de l'exposition universelle, les films IMAX ont pour enjeu récurrent la manifestation de la présence du dispositif. Par la suite, nous avons vu que l'ensemble du répertoire mise sur l'immersion du spectateur dans l'espace de l'image, et que cet état d'immersion (forcément partiel) a pour corollaire un inévitable questionnement sur le fonctionnement du leurre. Nous avons conclu que ce questionnement participe d'un discours de glorification de l'IMAX visant à l'élever au-dessus du cinéma traditionnel. Dans les pages qui suivent, l'analyse de *Sea Monsters* nous permettra de valider cette hypothèse et de préciser en quoi l'effet de surgissement s'inscrit dans cette rhétorique de glorification. Nous aborderons aussi un problème dont il a peu été question jusqu'à présent, soit le rôle de la narration dans les œuvres du corpus.

Chapitre III

Sea Monsters 3D : un documentaire d'attractions

[L'audience] succombe aux joies de l'hébétéude. Nous jubilons tous de tester la loi qui veut qu'un corps ne peut être en deux endroits au même instant [...] La nappe de mer qui arrive à mes yeux se trouve suspendue au-dessus des têtes de l'auditoire. Je les vois [...] empilés dans l'immensité supposée du volume d'eau remplissant la salle. Pas noyés mais parfaitement tranquilles, insoucians, merveilleusement adaptés. C'est le règne sous-marin du Prince Namor, enfin! (Jacobs 1997, p. 149).

Depuis sa sortie en octobre 2007, *Sea Monsters : A Prehistoric Adventure* a amassé des recettes de 33,5 millions de dollars américains, et ce en étant distribué dans les seuls cinémas IMAX de par le monde. Quoiqu'il ait dû entrer en compétition avec les *Dinosaurs Alive!* (David Clark) et *Dinosaurs : Giants of Patagonia* (Marc Fafard), qui se partagent les écrans IMAX depuis 2007, la popularité du film de Sean MacLoed Phillips apparaît peu surprenante du fait qu'il propose d'emblée une expérience ludique. « Alive for the first time in 82 million years », lit-on sur les affiches promotionnelles. Et la bande-annonce n'en promet pas moins : une demi-douzaine de dinosaures marins tendent tour à tour une dentition agressive à l'endroit du public. En continuité avec l'esthétique de la marque IMAX, *Sea Monsters* convie le spectateur au choc, à une rencontre surnaturelle entre le réel et le représenté. À cet égard, le titre du film donne lui-même le ton : le mot « monsters », d'abord, connote sinon le fantastique,

du moins l'étrange; et « aventure » crée un double renvoi à la position participative du spectateur et au modèle narratif dans lequel le cinéaste puisera volontiers.

Dans les lignes qui suivent, nous nous intéresserons d'abord à la question de l'identification et au fonctionnement de la narration dans l'œuvre de Sean MacLoed Phillips. Nous verrons que malgré la structure ponctuelle imposée par la vocation attractionnelle du film, le cinéaste met en place un fil narratif qui permettra au spectateur d'adopter un mode de lecture fictionnalisant, l'amenant à « vibrer au rythme des événements racontés » (Odin 2000, p. 132). Par la suite, nous aborderons le problème de l'expérience spectatorielle en examinant la facture visuelle ainsi que le potentiel immersif du film. Ce faisant, nous montrerons comment le 3-D en général, et l'effet de surgissement en particulier, s'inscrivent dans la rhétorique de glorification du dispositif que nous avons observée au chapitre précédent. Enfin, nous concluons notre réflexion par l'examen des différents modes de lecture qui sont proposés au spectateur pendant l'écoute de *Sea Monsters*.

3.1 Identification, fictionnalisation et narrativité

D'abord, *Sea Monsters* a la particularité de raconter une histoire, celle d'une jeune femelle de l'espèce dolichorhynchops (dans le jargon, les dollys) qui prend part à une migration périlleuse à travers la vaste mer intérieure qui scindait l'Amérique du Nord en deux à l'époque du crétacé supérieur. Dans l'ensemble, le film de Phillips emprunte la forme du récit classique : une situation initiale (la jeunesse des dollys) est perturbée par un événement déclencheur (le départ des poissons dont ils se nourrissent) qui contraint les protagonistes à affronter différents obstacles (la traversée de la mer

intérieure, l'affrontement de prédateurs plus grands, etc.) Par le truchement d'une narration en voix-over, le récit alterne entre l'audiovisualisation du périple des dollys et la reconstitution de découvertes paléontologiques survenues au cours du dernier siècle. On l'a dit, ce type d'alternance entre segments éducatifs et attractionnels est un enjeu fondateur des documentaires en IMAX et en IMAX 3-D. Dans le film de Phillips, toutefois, la mise en scène des fouilles ne vise pas qu'à fournir un cadre didactique justifiant l'apparition des dinosaures marins. Les reconstitutions sont plutôt travesties afin de mettre en place une narration : chaque nouveau fossile contribue à retracer le parcours de l'individu précis (la femelle) dont on raconte l'histoire.

Le premier indice provient de fouilles menées sur le territoire australien en 2002. La découverte d'un amoncellement d'ossements permettra au narrateur d'affirmer que les dolichorhynchops se reproduisaient dans les bas-fonds marins, à l'abri d'éventuels prédateurs. Cette scène est immédiatement suivie par celle de la naissance de la femelle et de son frère, dont le destin sera bientôt révélé. Car plus le récit avance, plus les découvertes paléontologiques concernent de près les protagonistes, jusqu'à parfois créer un effet de suspense. À la 18^e minute, par exemple, un banc de poissons géants, les xiphactinus, nage à proximité des dollys. La voix-over introduit les nouveaux venus : « as fish go, xiphactinus was gigantic. Up to 17 feet long, more than twice the size of the little female dolly. It was a hunter that could kill quickly. And this day, it did ». Trois xiphactinus s'éloignent alors du groupe et prennent en chasse les dollys. Avant que l'affrontement n'ait lieu, une coupe abrupte révèle un paléontologue faisant part d'une récente découverte à un journaliste. Le narrateur enchaîne : « we know what happened from a fossil excavated from the badlands of Kansas by Charles Sternberg's son, George. » Aux pieds de George

Sternberg se trouvent les ossements d'un xiphactinus, et à l'intérieur de celui-ci, ceux d'un animal qu'il a avalé tout rond. Évidemment, le spectateur en déduit qu'un des dollys a succombé à son prédateur. La scène suivante contredit toutefois cette inférence : le xiphactinus a plutôt mangé un gillicus qui passait par là et s'avérait une proie plus appétissante.

Un procédé semblable est utilisé vers la 28^e minute, alors qu'un tylosaure de neuf mètres s'approche dangereusement des dollys. Encore une fois, il y a coupe, puis la caméra montre les hommes de Charles Sternberg occupés à dépoussiérer la carcasse du dinosaure en 1918. Sternberg se lève et s'aperçoit alors que le tylosaure a le ventre plein. La voix-over le confirme : « they had found the monster's last meal entombed within its ribs. » Cette fois, la scène qui suit va valider les craintes du spectateur : après avoir vu la femelle lui échapper, le tylosaure ne fait qu'une bouchée de son frère.

Dans cette deuxième séquence, Phillips emploie certains effets visuels et sonores qui ont pour fonction principale d'appuyer le suspense. D'abord, pour souligner l'étrangeté de la découverte de Sternberg, une image en négatif marque l'instant où il s'arrête de dépoussiérer, intrigué par ce que renferment les côtes du monstre. Aussi, après qu'il ne s'exclame : « there's something in the stomach », la trame musicale change de registre; de longues notes de violon cherchent soudain à inspirer l'angoisse. Enfin, un gros plan sur les ossements entremêlés raccorde avec la scène suivante de manière à évoquer le flash-back.

Plus largement, on remarque que si *Sea Monsters* ne sombre pas dans le piège de l'anthropomorphisme à proprement parler, il favorise néanmoins l'identification envers la jeune femelle dolichorhynchops, dont le point de vue structure l'univers diégétique. Pour ce faire, Phillips veille à la distinguer des autres membres de l'espèce,

notamment par l'emploi du diminutif « dolly » qui lui restera un privilège quasi exclusif. Pour référer aux autres protagonistes, la voix-over déclinera plutôt leur lien de parenté avec elle (« her brother », « her mother », etc.) de sorte à créer une ambiguïté et à situer l'appellation entre le nom commun et le nom propre. En outre, la femelle sera le seul membre du groupe à survivre à la migration. Elle aura la chance de se reproduire et sa vie ne prendra fin que par l'inévitable action du vieillissement. Mais encore, la narration prend soin de nuancer l'irrévocabilité de la mort : à plusieurs reprises, elle insiste sur ce que la fossilisation permet aux créatures de « revenir pour raconter leur histoire (to come back and tell their story) ».

En présentant ses monstres du crétacé par le biais d'un récit, et en basant ce récit sur une enquête paléontologique, Phillips incite le spectateur à s'identifier à un personnage et à « vibrer au rythme des événements racontés » (Odin 2000, p. 132), quitte à ce que les enjeux du documentaire soient sacrifiés au profit de la fictionnalisation. Dans *Sea Monsters*, les informations que le public traite et met en mémoire ont la double fonction de contribuer à son apprentissage et de servir la progression de l'histoire. Dans les segments les plus réussis du film, les éléments didactiques entrent carrément dans les processus inférentiels au terme desquels le spectateur spéculé sur les événements à venir. La description des xiphactinus, dans la séquence citée plus haut, l'amène non seulement à apprendre l'existence de ces prédateurs féroces, mais aussi à anticiper (et à craindre) un affrontement avec les dollys.

3.2 Facture visuelle, effets de surgissement et réflexivité

Quoique *Sea Monsters* soit produit et distribué par la National Geographic, dont l'intégrité est rarement remise en cause, force est de constater que le documentaire de Sean MacLoed Phillips ne s'embarrasse pas d'une rigueur à toute épreuve. À dire le vrai, peu de films IMAX ont autant sacrifié l'information au profit d'une facture attractionnelle. Non content de travestir le résultat des fouilles qu'il reconstitue, Phillips multiplie les astuces visuelles et emploie un montage rapide, tout spécialement dans les segments en prises de vue réelles, pour compenser l'absence d'effets de surgissement et maintenir le spectateur dans un état de constante stimulation. Par conséquent, si *Sea Monsters* présente indubitablement un contenu didactique (ne serait-ce qu'en illustrant la physiologie des créatures), l'expérience du film n'induit pas chez le spectateur un positionnement qui soit favorable à l'apprentissage, ni à la réflexion. Au contraire, l'extrême richesse des stimuli visuels aura pour effet de le distraire, littéralement, de lui en mettre plein la vue. Plus que d'un documentaire d'attraction, donc, *Sea Monsters* prend la forme d'une attraction documentarisante. En témoigne la parution, en 2008 et sur la console Wii, d'un jeu vidéo éponyme où les joueurs contrôlent un total de six monstres différents dans leur traversée de la mer intérieure.

Outre le rythme rapide du montage et les constantes variations dans l'échelle des plans, l'on retrouve, parmi les stratégies visant à dynamiser les scènes éducatives, le recours occasionnel à l'image de synthèse, qui permet de dissimuler les coupes lors de certaines ellipses temporelles et spatiales. Tôt dans le film, par exemple, la caméra de Phillips semblera parcourir plusieurs milliers de kilomètres en quelques secondes, pour élever le spectateur dans l'espace puis transporter l'action d'un continent (et d'une

fouille paléontologique) à l'autre dans un même plan-séquence. Plus tard, suite à la mort de la femelle dolly, l'appareil traversera en moins d'une minute les 82 millions d'années qui nous séparent du crétacé supérieur, en montrant d'un trait la succession de phénomènes géologiques qui ont changé le visage de la planète. À l'échelle du film entier, la première de ces scènes sert de matrice aux zooms abrupts qui vont ponctuer l'ensemble, et la deuxième est précédée par un « travelling temporel » d'envergure plus modeste. Dans *Sea Monsters*, les images les plus réussies sont toutes montrées à deux reprises. Par ailleurs, le cinéaste va parfois mettre en scène des effets de surgissements dans les segments didactiques, et ce pour mieux surprendre le spectateur. Vers la 10^e minute, par exemple, la voix-over affirme que des fossiles d'ammonites sont souvent découverts lors de travaux routiers, notamment au Kansas. Un fondu enchaîné révèle alors une paroi rocheuse qui, peu après, explosera sans avertissement et propulsera une traînée de pierres en direction du public. Ici, Phillips trompe les attentes du spectateur, qui croit que le retour aux images en prises de vues réelles et au régime documentaire l'immunise contre ce type d'agression.

Mais évidemment, la plupart des effets de surgissement empruntent l'image de synthèse et présentent les dinosaures marins en action. À ce niveau, Phillips s'assure de briser avec régularité la frontière qui sépare le public de la représentation : dans les maigres 35 minutes du film, les utilisations de la parallaxe négative se comptent à la dizaine. La plupart de ces effets prennent la forme d'assauts à l'endroit du spectateur, dans le but d'inspirer une juste crainte envers l'environnement hostile que représente la mer intérieure. Même les enchodus, ces petits poissons dont se nourrissent les dollys, paraissent étranges et rebutants, de par leurs yeux globuleux et leurs dents proéminentes. De même, les dinosaures plus grands, avec leurs silhouettes

immanquablement allongées, sont télescopés loin à l'intérieur de la salle de cinéma, pour déranger efficacement le spectateur. Les styxosaures, tout spécialement, profitent d'un cou géant de cinq mètres pour assaillir leurs proies de même que le public. Dès que les dollys sont pris en chasse par un prédateur, il y a donc ambiguïté sur la cible réelle de l'attaque. À la 28^e minute, par exemple, un tylosaure se rue sur la femelle alors qu'elle nage près de la surface. Après l'avoir raté de peu, le tylosaure continue sa course à la verticale et en vient à bondir hors de l'eau, vers le public. Or plutôt que de refermer sa mâchoire dès que la dolly lui échappe, le monstre fera claquer ses dents dans les airs, au climax de son mouvement vers le spectateur, mouvement qui est « heureusement » interrompu par l'effet de la gravité.

D'emblée, on note que cette scène est pourvue d'un caractère emblématique par son omniprésence dans le paratexte (bandes-annonces, affiches promotionnelles, etc.) et par sa répétition dans le film lui-même. En effet, un plan quasi identique est inséré dans l'introduction, avec pour seule différence que le tylosaure y traîne cette fois le corps d'un requin par-delà la surface. Si ces scènes figurent parmi les plus efficaces du film, c'est notamment parce que la retombée des tylosaures les empêchent de prolonger leurs courses jusque dans le hors-champ de la caméra et de perturber l'illusion. Qui plus est, la caméra n'a pas à reculer pour éviter de tronquer les figures émergentes : son immobilité correspond alors à celle du public dans l'auditorium. Cette immobilité forcée souligne d'ailleurs l'état d'angoissante passivité du spectateur, inapte qu'il est à se défendre face à des créatures habitant le même espace que lui, mais ne partageant pas le même statut ontologique. Enfin, on remarque que la traversée de la surface par le tylosaure sert de métaphore pour l'effet de surgissement en soi, puisque le monstre s'arrache littéralement de son espace (la mer) pour envahir celui de la salle.

Bien que la parallaxe négative soit largement mise à profit dans *Sea Monsters*, elle a également son envers sous la forme des travellings aériens (et marins) qui ponctuent le film et qui visent à transporter le spectateur dans l'image. À cet effet, plusieurs segments en prises de vues réelles sont introduits par des envolées au-dessus des plaines du Middle West, notamment celles où se trouvait autrefois la mer intérieure et qui sont aujourd'hui parsemées de fossiles. On l'a dit, dans les films en IMAX 3-D, l'actualisation des figures émergentes alterne toujours avec la virtualisation du corps du spectateur : l'inscription du spectateur dans l'image succède à celle de l'image dans l'auditorium, et réciproquement. Il faut ajouter, dans le cas qui nous occupe, que ces deux mouvements ne fonctionnent pas indépendamment l'un de l'autre. Au contraire, ils procèdent tous deux de la confusion des espaces de représentation et de réception.

En continuité avec l'esthétique des films IMAX, la composition de l'image dans *Sea Monsters* va plus souvent qu'autrement inciter le spectateur à regarder vers le bas, de sorte à inclure dans son champ de vision les rangées de bancs qui le précèdent. Alors que la partie supérieure de l'écran présentera surtout des figures d'intérêt secondaire, le tiers inférieur sera le site d'apparition privilégié des dinosaures, mais aussi des paléontologues et des scientifiques dans les segments en prises de vues réelles. En pratiquant la mise en évidence des autres membres du public, Phillips s'assure de créer une expérience collective en plus d'insister sur la superposition des espaces du film et de l'auditorium : « audience members' [bodies] offer you a sense of scale, but they also function as spatial markers, encouraging you to remark on the fact that the [emerging figures] and the audience appear to share the same space » (Whitney 2005, p. 104).

Par ailleurs, la visibilité des autres membres du public contribuera à la réflexivité du médium; elle s'ajoute ainsi à la mise en évidence du dispositif et aux

nombreux rappels, avant et après la projection, de caractéristiques techniques concernant l'IMAX. Dans le cas de *Sea Monsters*, on note que la parallaxe négative participe aussi de ce caractère réflexif, de par la brutalité des adresses au corps du spectateur. À chaque fois, celui-ci aura le réflexe de contrer l'apparente menace en se rappelant la nature doublement chimérique du phénomène : après tout, le monstre qui le fait sursauter n'a pas de corps dans la salle de cinéma ni même de référent dans le monde réel actuel. D'emblée, les effets de surgissements ne passent pas inaperçus : plutôt que de chercher à leurrer le spectateur, le cinéaste crée un va-et-vient ludique entre la croyance dans la présence du représenté et la révocation quasi immédiate de cette croyance. Paradoxalement, plus l'impact de l'effet sera grand, plus il sera prompt à manifester son statut de simulacre. Pour citer William Paul : « smashing the window [of the screen] called attention to the fact that there was a window there to be smashed » (1993, p. 337).

En définitive, il apparaît que l'immersion et la réflexivité sont ici encore maintenues en dialogue étroit. Plus encore, on constate que dans *Sea Monsters*, le médium IMAX s'opacifie par l'action même de sa transparence. En d'autres termes, le médium manifeste sa présence en procédant à son propre effacement. L'image crée un leurre si convaincant qu'elle engendre *de facto* une remise en question de la part du spectateur, que ce soit par réflexe d'autodéfense ou simplement en réponse à l'étonnement.³⁴ Dans un même temps, les membres du public percevront le médium en soi et le représenté à travers lui. Dans les mots de Bolter et Grusin, « they experienc[e]

³⁴ Selon J. D. Bolter et R. Grusin, l'étonnement implique obligatoirement la conscience de la présence du médium : « if the medium really disappeared [...] the viewer would not be amazed because she would not know of the medium's presence [...] The amazement comes only [...] when the viewer understands that she has been fooled » (1999, p. 158).

the [...] duality of looking *at* and looking *through* » (1999, p. 155). On l'a vu au chapitre 2, ce positionnement singulier sert un discours de glorification du dispositif, puisque le spectateur contemple à la fois l'image et l'effet qu'elle produit sur son complexe sensoriel. Par ailleurs, cette complicité entre immersion et réflexivité n'est pas sans rappeler le cinéma des premiers temps, et plus précisément le jeune cinéma des attractions, « [in which] the members of the audience oscillated between a sense of [transparent] immediacy and an awareness of that sense » (Bolter et Grusin 1999, p. 155).

3.3 Logique d'agression et glorification du dispositif

Dans les pages précédentes, nous avons vu que l'essentiel des effets de surgissement mis en scène par Phillips prennent la forme d'assauts à l'endroit du spectateur. Ces assauts ont bien sûr une fonction narrative, soit d'inspirer la crainte à l'endroit de la mer intérieure, et donc de rehausser l'identification envers les dollys. Or, sur le plan esthétique, on remarque que cette logique d'agression diffère largement de celle qu'on a observée au chapitre 1, dans le corpus de l'âge d'or du 3-D.

Tout d'abord, dans *Sea Monsters*, la plupart des figures ne s'arrachent pas de l'écran de manière sournoise ou brutale. À l'inverse, elles s'avancent lentement, pour créer un effet de suspense quant au niveau de proximité qu'elles sauront atteindre. En rupture avec les *Bwana Devil* (Oboler 1952) et compagnie, où le public sursautait en réponse à des apparitions soudaines et fugitives, Phillips va susciter l'angoisse en mobilisant la durée : dans son film, les effets de surgissement dépassent souvent les cinq secondes et s'étendent parfois sur plus de huit. L'avancée lente et progressive des

figures poussera sans cesse le spectateur à croire qu'elles sont au faite de leur mouvement vers lui, alors qu'il n'en est rien. Les figures l'agressent plus avant. Elles se rapprochent encore, et encore, et encore... Le cinéaste maintient le spectateur dans un état d'angoissante passivité, comme pour le confronter à sa propre croyance en la présence des dinosaures. Ce genre d'effets n'induit pas un choc unique, mais une suite de chocs qui se succèdent et s'intensifient à mesure que la figure s'avance. C'est pourquoi plusieurs scènes (comme celles où un tylosaure saute par-delà la surface de la mer) vont employer un fort effet de ralenti.

Il est de notre avis que dans *Sea Monsters*, la logique d'agression accentue la valorisation de l'IMAX, et ce par la force du réflexe d'auto-défense qu'elle induit. Dans le livre *Pourquoi la fiction?* l'auteur Jean-Marie Schaeffer montre que l'état d'immersion³⁵ se caractérise par « l'existence conjointe de leurres mimétiques préattentionnels et d'une neutralisation [...] de ces leurres [...] au niveau de l'attention consciente » (1999, p. 189). Plus simplement, l'immersion est un état mental scindé, où le spectateur sait être en présence de leurres, mais où il y croit néanmoins à un niveau préattentionnel. Pour preuve, Schaeffer invoque les moments où l'attention consciente ne parvient pas à bloquer les effets du leurre et la croyance en celui-ci. L'image aura alors pour effet possible de provoquer une réaction motrice chez le spectateur. Par exemple, celui-ci pourra sursauter à l'apparition d'un monstre dans un film d'horreur.

[Dans ces moments], le leurre opère avec une telle force qu'il induit une boucle réactionnelle courte qui court-circuite l'instance de contrôle conscient [...] L'interaction entre perception et réaction se situe entièrement à un niveau préattentionnel. [C'est] pourquoi les réactions esquissées sont en général des réflexes de protection : de telles réactions

³⁵ Il faut spécifier que dans son livre, Schaeffer traite à la fois de l'immersion sensorielle et de l'immersion fictionnelle. Voir notre mise au point sur ces notions à la section 2.1.

[seraient] inefficaces si elles devaient transiter d'abord par une instance de contrôle conscient (*idem*).

Pour faire suite à ce que nous avons observé plus haut, on remarque que dans *Sea Monsters*, les effets de surgissement ne visent pas qu'à induire une boucle réactionnelle courte qui court-circuite l'attention consciente. À l'inverse, le mandat premier du surgissement est de *défier* cette instance d'attention consciente. L'enjeu est de maintenir le spectateur dans une insoluble contradiction entre ce qu'il voit (une figure qui l'attaque) et ce qu'il sait (que cette figure n'est qu'un leurre). Le travail de l'attention consciente n'est donc jamais pleinement accompli, car la croyance préattentionnelle ne se laisse pas désamorcer tout à fait. Dès lors, le spectateur devient le témoin de sa propre croyance dans l'actualisation du représenté. C'est évidemment en ce sens que la logique d'agression participe du discours de glorification du dispositif. Ici, le spectateur n'est pas maintenu en état d'immersion parce qu'il le veut bien. Au contraire, c'est malgré lui que l'illusion persiste. Or son incapacité à appréhender l'image comme un pur simulacre en dit long sur le potentiel immersif de l'IMAX.

3.4 En conclusion : modes de lecture

De l'analyse de *Sea Monsters*, nous retenons d'abord la diversité des modèles dans lesquels le film s'inscrit. Premièrement, nous avons observé qu'en dépit de sa vocation attractionnelle, le documentaire de Phillips est parcouru par un fil narratif qui incite le spectateur à s'identifier au protagoniste et à « vibrer au rythme des événements racontés » (Odin 2000, p. 132). Cette opposition fondamentale entre attraction et

narration pointe vers deux autres schismes : entre scènes didactiques et scènes attractionnelles d'abord, puis entre image de synthèse et segments en prises de vues réelles. Enfin, nous avons vu que l'effet de surgissement entraîne un mouvement de recul, où le spectateur observe le fonctionnement du leurre. Encore une fois, ce dialogue entre immersion et réflexivité sert un discours de glorification de l'IMAX. Or, on constate que malgré les multiples oppositions qui y sont cristallisées, le film de Phillips n'en forme pas moins un tout étonnamment uniforme. Et pour cause : dans *Sea Monsters*, la relation film-spectateur reste constante. L'image agit toujours « directement » sur le spectateur, que ce soit par des adresses à l'endroit de son corps ou par des variations de rythme, d'intensité et de couleur, bref par ses qualités plastiques.

Dans l'article intitulé « Du spectateur fictionnalisant au nouveau spectateur », Roger Odin affirme que le nouveau spectateur — celui qui est né dans les années 70 avec le cinéma à effets des Spielberg et Lucas — ne s'intéresse plus tant à l'histoire racontée qu'aux « vibrations diffusées dans la salle par le complexe plastico-musical agissant en tant que tel » (1989, p. 134). Pour l'auteur, cette tendance se distingue par une non-nécessité du « savoir fictionnalisant », soit un ensemble de codes partagés par les instances de production et de réception et permettant la bonne marche de la lecture fictionnalisante. Odin conçoit la communication fictionnelle comme une structure à trois pôles : l'Actant Réalisateur, l'Actant Lecteur et le Savoir Fictionnalisant. « Dans cette structure, le Savoir Fictionnalisant fonctionne comme un 'tiers symbolisant' réglant la production de sens et d'affect. Il s'agit donc d'une communication médiatisée » (*idem.*). Évidemment, les conventions du documentaire agissent à l'instar du savoir fictionnalisant, c'est-à-dire en tant que médiateurs dans la communication

filmique. Toutefois, pour ce qui est des « nouveaux films », Odin affirme qu'ils mettent en place une structure duelle où l'œuvre peut agir directement sur le spectateur, sans l'intermédiaire de codes communs d'écriture et de lecture. En conséquence, il y a « autonomisation de l'énergie par rapport au sens » (*idem.*). Certes, du sens est encore produit, et l'appel de la fictionnalisation demeure, mais il y a apparition d'un positionnement nouveau, où le spectateur vibre moins aux événements racontés qu'aux variations de l'image elle-même.

Pour en revenir à *Sea Monsters*, on constate que l'image n'a de cesse de revendiquer son autonomie par rapport à un tiers symbolisant, qu'il s'agisse des conventions du documentaire ou de celles du film de fiction. À titre d'exemple, les segments en prises de vues réelles vont multiplier les fioritures afin d'offrir une alternative aux spectateurs refroidis par le contenu didactique ou narratif. En témoigne de façon explicite (voire « explosive ») une scène citée plus haut, dans laquelle une paroi rocheuse éclate soudain après que la voix-over ait affirmé que des fossiles sont parfois mis à jour lors de travaux routiers. Aussi, dès leur apparition, les dinosaures pourront être regardés en tant que chefs-d'œuvre de l'imagerie numérique, et non en tant que témoignages plus ou moins fidèles de créatures aujourd'hui disparues.

Par ailleurs, en rupture avec le montage rapide employé dans les segments en prises de vues réelles, plusieurs scènes attractionnelles vont éviter l'emploi d'un découpage irréalissant, et ce afin d'élever l'image au statut de trompe-l'œil dynamique. Dans ces scènes, l'enjeu pour le spectateur n'est pas d'assister en retrait à une représentation, mais de côtoyer les monstres « exactement comme s'il y était ». Or, pour favoriser un tel positionnement, la médiation d'un ensemble de codes d'écriture doit être dissimulée : on refuse le champ-contrechamp, et le découpage des scènes fait

place à une suite de plans longs et en apparence autonomes. Conséquemment, la vectorisation narrationnelle se fait plus ténue. L'image prend sens dans sa relation spatiale avec le corps du spectateur plus que dans un rapport causal avec les plans antérieurs ou subséquents. En d'autres termes, « au lieu de se présenter comme un espace à construire, ou à reconstruire, l'espace filmique devient un espace à explorer, à visiter » (Aumont et *al.* cité dans Lagny 2000, p. 193).

Dans l'article que nous avons cité plus haut, Roger Odin définit comme non-fictionnels « les films qui bloquent tout ou partie des opérations de fictionnalisation » (1989, p. 129). Pour lui, l'institution du film de fiction est dominante au point de structurer tout le champ cinématographique. Les autres institutions (celles du documentaire, du film expérimental, etc.) se définissent et se reconnaissent d'abord par opposition au régime dominant. Le spectateur, ou actant lecteur, applique d'instinct la lecture fictionnalisante et ce jusqu'à ce que le film entrave son fonctionnement, dans quel cas l'on doit revoir son mode de lecture. L'identification d'un objet filmique donné procède donc d'une démarche d'essais et d'erreurs qui commence par l'épreuve de la lecture fictionnalisante. Odin prend toutefois soin de nuancer :

Un film qui n'a pas été conçu dans l'espace de la réalisation comme un film de fiction peut tout de même être vu sur le mode fictionnel dans l'espace de la lecture pour peu que le blocage ne fonctionne pas à tous les niveaux (*idem.*).

Suite à l'analyse qui a été menée dans ce chapitre, on conclut que dans *Sea Monsters*, les « blocages » qui dictent le choix d'un mode de lecture sont extrêmement souples. Bien que dans l'ensemble le film revête les habits du documentaire, Phillips s'assure de permettre la lecture fictionnalisante quitte à sacrifier un peu de rigueur,

notamment dans les reconstitutions de fouilles paléontologiques. Afin de séduire une plus grande variété de spectateurs, donc, l'image offre coup sur coup l'occasion d'apprendre, de « palpiter au rythme des événements racontés », et de simplement goûter « les vibrations diffusées dans la salle par le complexe plastico-musical » (*ibid.*, p. 122, 134).

Chapitre IV

Haunted Castle 3D : le mouton noir d'IMAX

Sur le territoire nord-américain, *Haunted Castle 3D* a été à l'affiche pendant plus de sept ans, soit du 23 février 2001 au 30 novembre 2008. Si la première a eu lieu en plein hiver, c'est toutefois dans la saison des citrouilles que le film de Ben Stassen a amassé l'essentiel de ses revenus. Et pour cause : la promesse de faire vivre au spectateur la visite d'un château hanté était propre à susciter l'enthousiasme à l'approche de l'Halloween. Tellement, d'ailleurs, qu'au cours de ses sept années d'exploitation, *Haunted Castle* a maintes fois disparu des écrans IMAX pour ensuite y réapparaître au tournant du mois d'octobre. Cette stratégie lui a permis d'amasser des recettes fort appréciables, dépassant les 39 millions de dollars américains. Depuis, plusieurs films IMAX ont été conçus de sorte à favoriser de semblables retours annuels. C'est notamment le cas de *Santa vs the Snowman 3D* (Davis, 2002) et *Polar Express* (Zemeckis, 2004), qui encore aujourd'hui reprennent les salles d'assaut au temps des fêtes.

D'emblée, on remarque qu'en rupture avec les *Sea Monsters* et autres documentaires dont il a été question jusqu'à présent, *Haunted Castle* n'offre aucun contenu didactique : l'expérience qu'il propose est uniquement d'ordre ludique. En ce sens, si le film de Stassen fait figure d'OVNI dans le répertoire d'IMAX, force est d'admettre qu'il n'est pas le seul. Vers la fin des années 90, les artisans d'IMAX ont utilisé la technologie 3-D et l'image de synthèse pour produire des œuvres à vocation purement attractionnelle, afin de varier leurs produits et de s'attirer un plus large public

familial. Pour la plupart, ces films présentent une suite de « phantom rides », où la caméra est placée à l'avant d'un véhicule pour donner au spectateur l'impression d'être impliqué dans le mouvement, voire de pénétrer l'espace diégétique. Le chef de file de cette brève tendance au sein d'IMAX était Ben Stassen lui-même. Outre le film à l'étude, on lui doit *Encounter in the Third Dimension* (1999) et surtout *Alien Adventure* (1999). De par sa narration déjantée, ce dernier titre est symptomatique du cinéma de Stassen : il est question d'une horde d'extra-terrestres qui atterrissent dans un parc d'attractions puis partent à la découverte de leur nouvel habitat, un manège après l'autre.

Pour en revenir à *Haunted Castle*, nous nous intéresserons d'abord dans ce chapitre à l'expérience du film et aux modalités de l'immersion qu'il induit. Pour la majeure partie, le film de Stassen emploie l'image de synthèse et se déroule en caméra subjective. Il rompt donc avec *Sea Monsters* et les documentaires d'IMAX du fait que le cinéaste y maintient une unité de temps, une unité de lieu et une quasi-unité de point de vue. En deuxième lieu, nous verrons en quoi le spectateur est invité à habiter physiquement le protagoniste plutôt qu'à s'y identifier sur la base d'une relation strictement imaginaire. Il apparaîtra que le statut de ce personnage se rapproche de celui de l'avatar dans le jeu vidéo, puisqu'il joue le rôle d'un intermédiaire entre le réel et la fiction. Troisièmement, nous situerons *Haunted Castle* par rapport au récent phénomène de narrativisation des manèges de foire. On verra qu'à l'instar de ces manèges, le film de Stassen présente un récit spatial, c'est-à-dire un récit où la progression naît du mouvement du spectateur/personnage dans l'espace fictionnel. Enfin, nous conclurons ce chapitre par une réflexion sur les points de convergence entre *Haunted Castle* et le documentaire-type d'IMAX.

4.1 Temps, lieu, point de vue

À l'instar de *Sea Monsters* et de plusieurs documentaires en IMAX 3-D, *Haunted Castle* s'ouvre sur un long travelling aérien. Pendant plus d'une minute, la caméra survole les environs du château puis se pose sur une branche d'arbre, près d'un corbeau. Tout de suite, ce corbeau s'envole et s'arrache de l'écran, immédiatement suivi par une nuée de chauves-souris. Avant même la mention du titre, *Haunted Castle* annonce en grandes pompes sa dimension ludique. Non seulement les chauves-souris viendront-elles agresser le spectateur deux fois plutôt qu'une, mais le travelling aérien lui inspirera un fort sentiment devection, soit l'impression de mouvement produite par le défilement du paysage.³⁶ Ce sentiment devection est d'ailleurs accentué par la présence de mouvements latéraux et de panoramiques. Selon Allison Whitney, l'effet de ces mouvements latéraux est considérable puisqu'ils affectent au premier chef la vision périphérique, sur laquelle l'on se fie largement pour se mouvoir dans la vie de tous les jours (2005, p. 98).

À l'incipit pour le moins spectaculaire que l'on vient de décrire succède un segment à saveur plus narrative dans lequel Johnny, un jeune musicien, explique en voix-over les circonstances de son arrivée au château. D'emblée, l'histoire est bien connue : suite au décès de sa mère, Johnny a hérité de cette propriété moyennant une visite immédiate de sa part. Il interrompt donc la tournée suivant la parution de son premier album bien que cet élan de générosité le laisse perplexe : sa mère, elle-même une chanteuse célèbre, n'a eu aucun contact avec lui de son vivant. Ce récit en voix-over est accompagné par une suite de plans montrant les alentours du château et

³⁶ À ce sujet, voir la section 2.3 du présent mémoire.

insistant sur l'étrangeté des lieux. Pendant que la voiture de Johnny roule à travers un cimetière, les arbres tendent des branches pointues en direction du spectateur, la foudre s'abat sur une sépulture, et ainsi de suite.

Au terme de cette mise en situation, le récit en caméra subjective commence alors que Johnny s'extirpe de la voiture et se dirige vers une porte entrouverte. À compter de ce moment, et pour la majeure partie du film, le spectateur partagera le point de vue du protagoniste dans son périple à travers le château hanté. La caméra est placée à hauteur d'homme, et chacun de ses mouvements traduit un déplacement de la part de Johnny. D'un seul geste, les revenants attaqueront à la fois le musicien et le spectateur.

Un peu avant la mi-parcours, Johnny fera la rencontre de sa mère, puis de Mr D et du bavard Méphisto. Ici, la référence faustienne n'est pas gratuite : Mr D (lire le Diable) promet à Johnny une glorieuse carrière musicale en échange de son âme, contrat auquel a consenti sa mère des années plus tôt. Plus vertueux, Johnny refuse, en réponse à quoi Méphisto lui fait visiter les bas-fonds château. Le spectateur attentif comprendra difficilement en quoi cette balade est censée le convaincre : pendant les 25 minutes qui suivent, la caméra traverse tour à tour une coulée de lave, des catacombes pleines de fantômes et les geôles où sont torturés les grands musiciens d'autrefois. Fort de cette expérience, Johnny refuse à nouveau les termes du contrat, ce qui entraîne la destruction immédiate du château.

Certes, il est entendu que l'intérêt de *Haunted Castle* ne se trouve pas dans sa trame narrative, mais dans la combinaison des effets spectaculaires et de la continuité spatiale qui est instaurée entre le corps du spectateur et l'univers diégétique. On le constate aisément, l'enjeu pour le spectateur n'est pas d'assister en retrait à une

représentation, mais de parcourir le château un peu comme s'il y était. Contrairement à *Sea Monsters*, qui articulait des segments didactiques et narratifs, *Haunted Castle* mise sur son seul potentiel attractionnel. Alors que le film de Phillips faisait un fort emploi du découpage et des ellipses temporelles, inversement, celui de Stassen se déroule dans un temps et un lieu circonscrit. Le film ne contient qu'une seule ellipse, et celle-ci n'introduit qu'un bref épilogue : six mois après la destruction du château, Johnny chante sur scène pendant que le générique défile autour de lui. Aussi, non seulement l'essentiel du film se déroule-t-il en caméra subjective, mais il est composé d'une suite de plans-séquence. Le plus long d'entre eux dépasse les 17 minutes, il monopolise à lui seul plus de la moitié de la projection. Par ailleurs, ces plans-séquence ne sont reliés entre eux que par de courts plans où une caméra haut-perchée filme Johnny de loin, en plongée. Ces saynètes font rarement avancer l'histoire. Elles servent surtout à marquer des moments de pause ou à introduire de nouveaux lieux. L'éloignement de la caméra de même que la brièveté de ces plans ont d'ailleurs pour effet d'en relativiser l'importance. Il ne s'agit pas de scènes narratives, mais de points de pivot entre deux actions.

Pour résumer, on remarque que dans le film à l'étude, Ben Stassen instaure une unité de temps, une unité de lieu et une quasi-unité de point de vue. En rupture avec les quelques *Sea Monsters* et autres documentaires IMAX, *Haunted Castle* délaisse les fins didactiques en faveur d'une esthétique entièrement attractionnelle et surtout uniformément immersive. Toutes les ressources de l'image de synthèse et du dispositif IMAX sont employées pour inclure la salle de cinéma et le corps du spectateur dans l'espace diégétique. « Au lieu de se présenter comme un espace à construire, ou à

reconstruire, l'espace filmique devient un espace à explorer, à visiter » (Aumont et *al.* cité dans Lagny 2000, p. 193).

4.2 Effacement du personnage et immersion du spectateur

Dans l'article intitulé « Playing at Being : Psychoanalysis and the Avatar », l'auteur Bob Rehak s'intéresse au film *Lady in the Lake*, réalisé en 1947 par Robert Montgomery. Adapté d'un des romans du célèbre Raymond Chandler, *Lady in the Lake* avait la particularité d'être tourné entièrement en caméra subjective. Le spectateur partageait donc le point de vue du détective Phillip Marlowe alors qu'il enquêtait sur un cas de disparition. Hélas, dès le moment où il prit l'affiche, le film de Montgomery s'est attiré de vives critiques de la part du public et de la presse, critiques qui dénonçaient en premier lieu son étrange parti pris esthétique. De l'avis général, la désincarnation du personnage entraînait une indifférence quant à son destin et plus largement, une annulation du suspense. À trop vouloir rehausser l'identification à l'endroit de Marlowe, le cinéaste en est venu à provoquer une réaction inverse, avec pour résultat de perturber le fonctionnement de la lecture fictionnalisante.

Si dans *Haunted Castle* l'emploi de la caméra subjective s'avère moins problématique que dans *Lady in the Lake*, c'est d'emblée parce que – pour reprendre la terminologie de Christian Metz (1984, p. 68-70) – la réussite du film de Stassen dépend peu de l'identification cinématographique secondaire (au personnage) et beaucoup de l'identification cinématographique primaire (à la caméra). Certes, le spectateur s'identifie à Johnny, mais davantage à son regard et à sa position physique qu'à l'entité complexe qu'il représente. On l'a dit, tout l'enjeu de *Haunted Castle* repose sur

l'instauration d'une continuité spatiale entre le spectateur et l'image. L'accent n'est pas mis sur le suspense quant à la survie du personnage, mais dans l'excitation qu'il y a à affronter les créatures du château avec lui. Dès lors, l'angoisse ressentie par le spectateur provient peu de son empathie à l'endroit de Johnny : elle lui est inspirée directement par les spectres et les revenants qui menacent son corps propre. En somme, plutôt que de s'identifier au personnage sur la base d'une relation strictement imaginaire, le spectateur prend sa place dans l'espace diégétique.

À cet égard, on remarque qu'en rupture avec *Lady in the Lake*, où le détective Marlowe était toujours présent dans le hors-champ de la caméra, le musicien de *Haunted Castle* va parfois disparaître pour laisser le spectateur seul en présence du représenté. Dans la deuxième moitié du film, où Méphisto l'entraîne dans les bas-fonds du château, Johnny se tait de façon systématique. Bien qu'il soit pris en chasse par nombre de spectres et de revenants, il n'émet pas la moindre exclamation, pas le moindre cri de détresse. Plus encore, il n'a pas de sursaut, pas de geste d'auto-défense, pas même un simple mouvement de tête. Ni ses mains ni aucune partie de son corps n'apparaîtront à l'écran. En bref, pour toute cette deuxième moitié du film, le champ ne contient aucune trace directe ou indirecte de la présence de Johnny. Il s'éclipse progressivement au profit d'une caméra pure. Certes, le mouvement de la caméra suggère un déplacement de sa part (du moins, dès qu'elle ne se trouve pas sur un véhicule), mais ce mouvement est toujours aérien, comme désincarné.

Cet évanouissement du personnage est d'ailleurs rehaussé par son absence de choix à faire et d'action à performer. À mesure que le film avance, Johnny joue un rôle de plus en plus passif. Dans les scènes les plus réussies, il est assis dans un véhicule, pour que son immobilité corresponde à celle du spectateur dans la salle. Pour le reste,

quand il se déplace à pied, ses mouvements sont dictés tantôt par des enseignes et tantôt par l'architecture du château. Dans son parcours, Johnny ne se retrouve qu'une seule fois à la croisée de deux chemins, et il n'a pas le temps de s'en approcher qu'une herse s'abat pour barrer l'un des couloirs. Évidemment, la passivité obligée de Johnny sert à dissimuler l'absence d'une réelle interactivité entre le spectateur et l'image. La présence d'un personnage actif, dont le statut s'éloignerait du spectateur, aurait bien sûr pour effet de perturber l'état d'immersion. En définitive, la seule action permise à Johnny sera de refuser l'offre de Mr. D, ce qui précipitera la fin du film. Tout juste avant la tombée du générique, Stassen réinstaure donc un schisme entre le personnage et le spectateur, de sorte à leur rendre leurs individualités respectives.

Par ailleurs, si la passivité de Johnny vise à masquer l'absence d'interactivité, elle a aussi pour effet d'éliminer la médiation du personnage dans le rapport du spectateur à l'image. Dans *Haunted Castle*, le public est mis en contact direct avec le représenté, sans passer par l'intermédiaire d'une subjectivité quelconque. C'est pourquoi le champ ne contient que peu de traces de la présence de Johnny : on ne cherche pas à restituer sa perception, mais la position qu'il occupe et que le spectateur doit occuper avec lui. Paradoxalement, Stassen crée un récit en point de vue subjectif, mais ce récit est largement dépourvu de traces d'une subjectivité regardante. On ne montre pas un espace perçu, mais un espace à percevoir. Encore une fois, le personnage de *Haunted Castle* apparaît non pas comme un véhicule d'identification, mais comme un véhicule tout court, destiné à être habité physiquement. Il semble d'ailleurs que cette absence de subjectivité permette à celle du spectateur de mieux s'exprimer : par des sursauts, des gestes, des cris de défense, et surtout par le déplacement de son regard d'un bout à l'autre de l'écran.

À la lumière de ces observations, on peut conclure qu'il existe une certaine parenté entre le personnage de *Haunted Castle* et la figure de l'avatar dans le jeu vidéo.

Selon l'auteur Bob Rehak :

The avatar does double duty as self and other, symbol and index. As *self*, its behaviour is tied to the player's through an interface [...] Its literal motion, as well as its figurative triumphs and defeats, result from the player's actions. At the same time, avatars are unequivocally *other*, both limited and freed by difference from the player (2003, p. 106).

Par rapport au modèle de Rehak, il semble que si l'interactivité est manquante dans le film de Stassen, les nombreuses stratégies visant à y pallier tendent à confirmer notre hypothèse. Bien que le spectateur de *Haunted Castle* ne puisse contrôler le personnage de Johnny, il ne l'habite pas moins pour l'entière durée de la projection. En effet, tout le potentiel de l'IMAX est mis à profit pour créer une correspondance entre le corps du spectateur et celui du personnage. En continuité avec l'avatar du jeu vidéo, Johnny est donc un véhicule permettant la rencontre entre le spectateur et l'univers diégétique. Pour reprendre les mots de Rehak : « [he] does double duty as self and other » (*idem.*). Johnny contient le spectateur tout en y étant étranger par son statut ontologique et par sa fonction dramatique. Il joue en quelque sorte le rôle d'un intermédiaire entre le réel et la fiction. On remarque d'ailleurs que cette condition d'intermédiaire est doublement illustrée dans le film. D'abord, au niveau de la bande-image, Johnny semble étranger à l'univers de la fiction puisqu'il est la seule figure à être montrée en prises de vues réelles, du moins jusqu'au générique final. Enfin, à un niveau plus thématique, son devenir de musicien et son imminente tournée de concerts métaphorisent l'entrée dans (ou le passage vers) un espace représentationnel.

4.3 Précédents attractionnels et récit spatial

Si *Haunted Castle* remédialise l'expérience du jeu vidéo sous plusieurs aspects, il faut reconnaître que le film de Stassen s'inscrit encore plus nettement dans la tradition du manège de foire, et plus spécifiquement dans celle du cinéma dynamique. Selon le théoricien Erkki Huhtamo, le cinéma dynamique trouve ses origines dans le genre de la *phantom ride*, qui était très en vogue dans la période du cinéma des premiers temps. Contrairement au cinéma dynamique, où des vérins hydrauliques agitent le siège du visiteur, les *phantoms rides* suggéraient le mouvement par la seule stimulation visuelle : « the eyes were foregrounded as a kind of metonymy for the whole sensory-motor complex. [They] became the phantom body seated in the phantom train pushing towards the screen » (Huhtamo 1995, p. 169). Depuis l'institutionnalisation du cinéma narratif, au tournant des années dix, la technique de la *phantom ride* a été souvent utilisée dans les œuvres en formats spéciaux, comme le 3-D et le Cinérama.

Pour ce qui est du cinéma dynamique, le premier grand système a été inauguré par George Hale à l'exposition de St-Louis, en 1904. Pour cette occasion, Hale avait conçu un dispositif fort astucieux, où un wagon de train était couplé à un écran de cinéma. Alors que sur l'écran défilaient des paysages du monde entier, le wagon était légèrement secoué, pour donner l'impression que son déplacement était réel. D'entrée de jeu, les *Hale's Tours* ont été très appréciés de la part du public. Pendant plusieurs années, ils ont connu un énorme succès en Europe et aux États-Unis.

Plus près de nous, dans les parcs d'attractions contemporains, le cinéma dynamique connaît une période de forte effervescence depuis le début de la

décennie 1980. De l'avis de l'auteur Geoff King (2000), l'attraction *Star Tours*, qui a élu domicile à Disneyland en 1987, a été l'une des plus influentes pour cette nouvelle génération de manèges. D'emblée, *Star Tours* a la propre de s'être inspiré d'un univers fictionnel préexistant, soit celui de la trilogie *Star Wars*. Dans *Star Tours*, le visiteur joue le rôle d'un touriste de l'espace qui s'embarque pour un voyage sur la lune d'Endor, lieu de l'affrontement final dans *Return of the Jedi* (Marquand, 1983). Évidemment, les problèmes se multiplient dès que le vaisseau quitte le port : le pilote, un jeune droïde inexpérimenté, rate un virage puis entraîne les visiteurs dans une ceinture d'astéroïdes, sur un champ de bataille, et ainsi de suite. Contrairement à la montagne russe et aux manèges traditionnels, *Star Tours* articule une narration passablement complexe. À cet égard, Erkki Huhtamo constate que l'attente avant la montée dans le manège participe elle aussi de ce développement narratif. En effet, le visiteur patiente dans un décor représentant une station spatiale et il reçoit des consignes de la part d'acteurs et de robots parlants. Selon Huhtamo, la diégétisation de la file d'attente permet de familiariser le visiteur avec l'univers de la fiction tout en camouflant la brièveté du manège en soi : « the pre-show [...] helps to produce the immersive experience by gradually dissolving the border separating the physical world and the virtual world of the screen » (1995, p. 172).

À la suite de King et Huhtamo, on remarque qu'aujourd'hui, les enjeux narratifs sont de plus en plus cruciaux à la création d'un manège satisfaisant. À ces nouvelles exigences, plusieurs répondent par la « transmédiation », donc par le recours à des personnages et des univers issus d'œuvres empruntant d'autres médias. Aux Universal Studios de la Floride et de la Californie, c'est notamment le cas de *Jurassic Park : The Ride* (1996), *Back to the Future : The Ride* (1991), *T2 : 3D* (1996) et plusieurs autres.

Pour en revenir à *Haunted Castle*, on constate que si Ben Stassen n'opte pas proprement pour cette stratégie, la structure de son film n'en est pas moins calquée sur des schémas connus. Tout d'abord, on l'a dit plus tôt, le récit évoque le mythe faustien en raison du pacte proposé à Johnny par le Démon et par son messenger Méphisto. Aussi, *Haunted Castle* a pour précédent manifeste le manège de la Maison hantée (en anglais : « Haunted attraction »), qui est un incontournable dans les parcs d'attractions contemporains.³⁷ En soi, le principe de la Maison hantée est très simple : les visiteurs prennent place dans un wagonnet qui les entraîne dans les couloirs sombres et préférablement effrayants de la « maison ». Le décor est conçu de sorte à faire sursauter le visiteur, souvent par l'apparition inattendue de squelettes, d'araignées, etc. D'emblée, le principe de *Haunted Castle* est fort semblable, puisque le spectateur y visite un lieu (dans ce cas-ci, projeté à l'écran) qui est truffé d'esprits malveillants. Le film de Stassen se distingue toutefois par l'importance du fil narratif qui y est articulé. L'exploration de chaque pièce du château permettra en effet de faire la lumière sur le passé de Mr D et de clarifier ses intentions diaboliques. Coup sur coup, le spectateur apprendra que le Diable a été trahi par une chanteuse d'opéra, qu'il a inventé le rock 'n' roll et qu'il éprouve des ennuis quant au stockage des âmes de musiciens défunts.

À cet égard, on conclut qu'en continuité avec les *Star Tours* et autres manèges dont il a été question plus haut, *Haunted Castle* présente un récit spatial, c'est-à-dire un récit où la progression naît du mouvement du spectateur/personnage dans un espace fictionnel. Dans l'article « Game Design as Narrative Architecture », le théoricien Henry Jenkins range sous la catégorie de récit spatial des formes extrêmement diverses, allant de l'odyssée homérique au jeu vidéo, en passant par certains jeux de plateau

³⁷ Aux seuls États-Unis, on compte environ 1 500 manèges de la sorte.

comme *Monopoly* et *Dungeons & Dragons*. Dans les mots de Jenkins : « spatial stories [...] respond to alternative aesthetic principles, privileging spatial exploration over plot development. [They] are held together by broadly defined goals and conflicts and pushed forward by the character's movement across the map » (2004, p. 124). On perçoit aisément, par exemple, qu'un jeu vidéo comme *Myst* présente un récit spatial, puisque le joueur doit explorer une île pour obtenir des éclaircissements sur les lieux dans lesquels il se trouve. Or, dans le cas de *Haunted Castle*, ce sont également les déplacements de Johnny (et du spectateur) dans le château qui feront avancer l'histoire. La plupart des informations narratives ne sont pas distribuées selon une structure dramatique ou temporelle, mais selon la configuration spatiale des lieux : chaque nouvel espace exploré par le spectateur lui en apprend davantage sur Mr D et sur ses manigances peu catholiques. En continuité avec la forme du récit spatial, « the organisation of the plot becomes a matter of designing the geography of [the] imaginary world » (*idem.*).

4.4 En conclusion : attraction/narration et immersion/réflexivité

Dans ce chapitre, il a surtout été question des divergences entre l'expérience de *Haunted Castle* et celle du documentaire-type d'IMAX. Pour résumer, nous avons vu que le film de Stassen articule un récit en point de vue subjectif où il y a unité de temps, unité de lieu et quasi-unité de point de vue. Par la suite, il est apparu que le statut du personnage principal se rapproche de celui d'un avatar de jeu vidéo, puisque le spectateur est invité à l'habiter physiquement plutôt qu'à s'y identifier sur la base d'une relation strictement imaginaire. Dans l'ensemble, nous avons constaté que

Haunted Castle délaisse les enjeux didactiques en faveur d'une esthétique entièrement attractionnelle et uniformément immersive. Or, quoique l'étude de ces spécificités ait permis de mettre en lumière les modalités de l'expérience du film de Stassen, il importe en terminant de relever ses points de convergence avec les documentaires que nous avons analysés dans les chapitres deux et trois.

L'une des hypothèses qui a été le plus fermement défendue dans ce mémoire suppose que l'IMAX est un point de rencontre entre deux couples de contraires, soit les couples attraction/narration et immersion/réflexivité. À notre avis, si *Haunted Castle* est définitivement un mouton noir dans le corpus d'IMAX, il ne s'inscrit pas moins naturellement dans le modèle que nous proposons. Tout d'abord, la coprésence des pôles attractionnel et narratif y est évidente. Nous avons montré à ce sujet que le film présente un récit spatial, où la progression naît du mouvement du personnage dans l'espace diégétique.

Pour ce qui est de notre deuxième opposition, si d'un côté le film présente une esthétique immersive, on constate que de l'autre, il rappelle sans cesse à l'attention du spectateur l'acte de médiation auquel celui-ci prend part. En continuité avec les *Sea Monsters* et compagnie, *Haunted Castle* propose une expérience collective, où la présence des autres membres du public n'est pas dissimulée, mais au contraire mise en évidence. À cet égard, on note que la composition de l'image va encore une fois inciter le spectateur à regarder vers le bas, pour inclure dans son champ de vision les rangées de bancs réelles qui se trouvent entre lui et l'écran. Les figures qui surgissent de l'espace diégétique vont d'ailleurs souvent le faire dans le tiers inférieur de l'écran, pour donner l'impression qu'elles renverseront bientôt ces mêmes rangées de bancs. En outre, si le cinéaste fait une utilisation assez soutenue de la musique extradiégétique, il

va éviter de saturer la bande-son au moment des effets de surgissement, afin que les réactions, voire les cris de surprise des spectateurs puissent être entendus dans toute la salle.

Enfin, on conclut que *Haunted Castle* articule bel et bien un discours de glorification de l'IMAX, mais d'une manière fort différente de ce qui a été observé jusqu'ici. En effet, puisqu'il s'entête à remédier l'expérience du jeu vidéo et du cinéma dynamique, le film de Stassen pointe avec insistance vers ses propres imperfections. En d'autres termes, le spectateur est constamment rappelé au fait qu'il ne peut pas réellement interagir avec l'image. Il manque donc à *Haunted Castle* ce qui fait la spécificité des médiums qu'il imite, soit l'interactivité (dans le cas du jeu vidéo) ou un état d'immersion multisensoriel (dans le cas du cinéma dynamique). Or, paradoxalement, la mise en évidence de ces manques permettra au cinéaste d'asseoir la suprématie de l'IMAX. Et pour cause : le fait que *Haunted Castle* parvienne à créer une expérience de cet ordre par la seule stimulation audiovisuelle et sans le recours à l'interactivité en dit long sur le potentiel du dispositif canadien.

Conclusion

Sur un certain changement de paradigme...

Tout Los Angeles raconte l'histoire du monsieur qui entre dans un 3-D cinéma au milieu d'une séance, et se trouve gêné par le dos considérable d'un personnage assis devant lui. « Ne pourriez-vous vous mouvoir quelque peu » dit-il poliment en lui frappant sur l'épaule, « vous me bouchez la vue ». Et l'autre : « Je ne peux pas, je suis dans le film ».

— Chris Marker (1953, p. 26).

Comme bien des cinéphiles l'ont fait avant et après lui, le cinéaste et critique Chris Marker a tourné le cinéma stéréoscopique en dérision dans l'article « Sur trois dimensions et une quatrième », qu'il a publié dans les *Cahiers du cinéma* au plus fort de l'âge d'or du 3-D. D'entrée de jeu, Marker dénonce l'ampleur déraisonnable de l'engouement – « sur Hollywood Boulevard, j'ai vu qu'un restaurant affichait des *3-D Dinners* » (*idem.*) – de même que l'omniprésence d'effets de surgissement dans la production de l'époque. Dans ses mots : « la fonction fondamentale du 3-D, pour l'instant, semble être de flanquer à travers la figure du spectateur la plus grande variété d'objets [...]. Est-il utile de dire qu'on se lasse vite de cette surprise à répétition? » (p. 30). Si on ne partage pas le mépris de Marker, on conviendra néanmoins que la centralité de l'effet de surgissement s'avère problématique dans les films 3-D qui affichent des ambitions narratives, comme c'était le cas dans les années 50. Puisque le jaillissement de figures hors de l'écran avait pour effet de réactiver le corps du spectateur, de l'interpeller physiquement, celui-ci pouvait difficilement oublier ses

assises corporelles et s'identifier aux personnages du film. Faute de faire un usage véritablement narratif du surgissement, un film 3-D était taxé de phénomène de foire, comme si ce seul effet invalidait le reste du contenu.

À la lumière de l'analyse que nous avons menée dans ce mémoire, nous pouvons conclure que le type d'usage qui est fait du surgissement manifeste souvent la démarche esthétique qui porte une œuvre ou un corpus donné. Dans le premier chapitre, nous avons vu que le surgissement relève de l'attraction cinématographique, mais que l'ancrage dans le modèle attractionnel est l'un des facteurs ayant contribué à l'échec de l'implantation du 3-D dans les années 50 et 80. Ensuite, dans le deuxième chapitre, nous avons montré que l'ensemble du répertoire d'IMAX mise sur l'immersion du spectateur bien que la présence du dispositif soit sans cesse rappelée à son attention. Or, aux chapitres trois et quatre, nous avons vu que l'effet de surgissement est au centre de cette tension entre immersion et réflexivité. Quand des figures jaillissent de l'écran dans *Sea Monsters* ou *Haunted Castle*, le leurre est si convaincant qu'il engendre *de facto* une remise en question de la part du spectateur. Ainsi, l'effet de surgissement participe d'un discours de glorification de l'IMAX, puisqu'il confronte le spectateur à sa propre croyance en l'actualisation du représenté. Le médium en vient à s'opacifier par l'action même de sa transparence.

Dans l'article « Breaking the Fourth Wall », qui a été publié en 2004, l'auteur William Paul fait un constat plutôt définitif : « so long as the emergence effect remain[s] central to the experience of 3-D, the process inevitably [becomes] tied [...] to exploitation fare » (p. 229). Étrangement, c'est au mois de novembre de cette même année 2004 qu'on annonce, avec la sortie de *Polar Express*, le retour en force du 3-D sur les écrans commerciaux. Dans le sillage de l'œuvre de Zemeckis, plusieurs films

d'animation en 3-D verront le jour et obtiendront un succès enviable : c'est le cas de *Chicken Little* (Dindal, 2006), *Open Season* (Allers, 2006) et *Beowulf* (Zemeckis, 2007), pour ne nommer que ceux-là. Et depuis 2008, l'engouement prend sans cesse de l'ampleur : dans la seule année 2009, pas moins de 17 longs métrages en 3-D ont pris l'affiche et, selon toute vraisemblance, la vague ne pourra que s'amplifier suite aux succès d'*Avatar* et d'*Alice in Wonderland*. On le sait, le film de Cameron a battu tous les records en empochant un total de 2,7 milliards de dollars américains. Plus modeste, celui de Burton a malgré tout amassé une somme de 980 millions.

Sur le plan esthétique, on remarque qu'en continuité avec les observations de William Paul, les films 3-D parus depuis 2004 marquent un changement de paradigme dans la position qui est conférée au spectateur. Dans *Avatar*, par exemple, Cameron limite l'effet de surgissement et élimine les adresses au corps du spectateur. L'image ne cherche plus à feindre une continuité spatiale entre la salle de cinéma et l'espace diégétique. Ainsi, la lecture fictionnalisante n'est plus entravée, car le représenté est renvoyé dans l'« ailleurs primordial » dont nous parlait Christian Metz (1984, p. 86). En somme, Cameron emploie le 3-D pour donner une apparence de matérialité à l'univers fictionnel, et non pour y inscrire physiquement le spectateur.

Aussi, on remarque que dans la production 3-D actuelle, la présentation de lieux en eux-mêmes spectaculaires est un enjeu récurrent. Aujourd'hui, les cinéastes du 3-D emploient l'image de synthèse pour mettre en scène des univers exotiques ou carrément fantastiques : *Polar Express*, par exemple, raconte la visite d'un jeune garçon au Pôle Nord, puis dans le château du Père Noël; *Avatar*, de son côté, se déroule sur une planète luxuriante tandis qu'*Alice in Wonderland* recycle bien sûr l'univers imaginé par Lewis Carroll. Si, d'un côté, l'effet de surgissement devient lentement un deuxième

« grand interdit » (après le regard-caméra), il semble que de l'autre, l'esthétique du « voyage virtuel » est en voie de s'enraciner. En rupture avec les documentaires d'IMAX, toutefois, l'enjeu pour le spectateur n'est pas d'explorer l'espace fictionnel comme s'il y était. On ne cherche pas à simuler une possible interaction entre son corps et l'image, mais à le perdre dans la contemplation d'un espace volumétrique, d'un lieu qui lui semblera plus matériel que son propre corps.

Au cours de notre recherche, alors que nous dépouillions les écrits sur le 3-D publiés dans les années 50 et 80, nous avons été frappé par l'insistance de la presse sur le « problème » du port des lunettes polarisées.³⁸ Dans les grandes lignes, l'argument était toujours le même : nonobstant la qualité des films produits, le 3-D ne pourrait pas s'institutionnaliser tant que le spectateur devrait subir l'inconfort de ces lunettes. Dans l'article de Chris Marker, la critique prend la forme de la moquerie : « ce serait la première fois qu'une forme d'art a pour première condition de se mettre un corps étranger sur le nez. Mais comptons sur la science pour régler ce problème, fut-ce en créant des bébés aux yeux naturellement polarisés » (*ibid.*, p. 31).

Fort de l'analyse qui a été menée dans ce mémoire, on se demande aujourd'hui si un problème plus large n'était pas condensé dans la polémique des lunettes, un problème qui concernerait d'abord la réactivation du corps du spectateur. En d'autres termes : en blâmant le port obligatoire des filtres polarisés, est-ce qu'on ne cherchait pas plutôt à dénoncer l'entière visibilité du dispositif, dont l'effet de surgissement était le principal agent? Quoi qu'il en soit, le discours entourant l'inconfort des lunettes a aujourd'hui disparu, de concert avec les adresses au corps du spectateur. Et sous toutes réserves, au moment d'achever ces lignes, il semble que ce nouveau paradigme

³⁸ À ce sujet, voir Zone 2007, Hayes 1989, Peseux 2004.

esthétique pourrait bien favoriser l'implantation durable du 3-D dans le circuit commercial.

Bibliographie

- Acland, Charles. 1998. « IMAX Technology and the Tourist Gaze ». Dans *Cultural Studies*, vol. 12, n° 3, p. 429-445.
- Barjavel, René. 1944. *Cinéma total. Essai sur les formes futures du cinéma*. Paris : Denoël.
- Bazin, André. 2002. « Le mythe du cinéma total ». Dans *Qu'est-ce que le cinéma ?*, p. 19-24. Paris : Cerf.
- Bolter, Jay David et Richard Grusin. 1999. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press. 295 p.
- Delmeulle, Frédéric. 1997. « Le cinéma de science-fiction et la 3-D. L'exemple de *It Came From Outer Space* (Arnold, 1953) » Dans *1895* (Paris), hors série, p. 99-110.
- Duncan, Lauren K. 2006. « Three-Dimensional and the Era of Immersion (1985--2005): The Historic Implications of Modern Stereo Film Technology on Content and Presentation ». Thèse de doctorat, Virginie, Regent University.
- Eisenstein, Sergei. [1946] 1986. « Du cinéma en relief ». Dans *Le mouvement de l'art*, p. 97-158. Paris : Cerf.
- Faradji, Helen. 2009. « Une question de dimension ». En ligne. *Revue 24 images.com* <www.revue24images.com/articles.php?article=1058>. Consulté le 26 janvier 2010.
- Gaudreault, André. 2008. *Cinéma et attraction : pour une nouvelle histoire du cinématographe*. Paris : CNRS.

- Grau, Oliver. 2003. *Virtual Art: from Illusion to Immersion*. Cambridge: The M.I.T. Press.
- Griffiths, Alison. 2009. *Shivers Down Your Spine : Cinema, Museums, and the Immersive View*. New York: Columbia University Press.
- Gunning, Tom. 1995. « Attraction trucage et photogénie : l'explosion du présent dans les films à truc français produits entre 1896 et 1907 ». Dans Michèle Lagny (dir.), *Les vingt premières années du cinéma français*, p. 177-194. Paris : Presses de la Sorbonne nouvelle.
- Gunning, Tom. 1993. « Now You See It, Now You Don't. The Temporality of Cinema of Attractions ». Dans Richard Abel (dir.), *Silent Film*, p. 71-84. Londres: Rutgers University Press.
- Gunning, Tom. 2006. « The Cinema of Attractions. Early Film, its Spectator and the Avant-Garde ». Dans Wanda Strauven (dir.), *The Cinema of Attractions Reloaded*, p. 381-388. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Gunning, Tom. 1995. « An Aesthetic of Astonishment : Early Film and the (in)credulous Spectator ». Dans Linda Williams (dir.), *Viewing Positions. Ways of Seeing Film*, p. 114-133. New Jersey: Rutgers State University Press.
- Hayes, R.M. 1989. *3-D Movies: a History and Filmography of Stereoscopic Cinema*. Jefferson: McFarland.
- Huhtamo, Erkki. 1995. « Encapsulated Bodies in Motion: Simulators and the Quest for Total Immersion ». Dans Simon Penny (dir.), *Critical Issues in Electronic Media*. Albany: State University of New York Press, p. 159-186.
- Jacobs, Ken. 1997. « Sony IMAX 3-D ». Dans *1895* (Paris), hors série, p. 149-154.

- Jay, Martin. 2000. « Diving into the Wreck: Aesthetic Spectatorship at the Fin-de-Siècle » *Critical Horizons*, vol. 1, n° 1, p. 93-111.
- Jenkins, Henry. 2004. « Game Design as Narrative Architecture ». Dans Noah Wardrip-Fruin et Pat Harrigan (dir.), *First Person: New Media as Story, Performance and Game*, p. 118-130. Cambridge : MIT Press.
- King, Geoff. 2000. « Ride Films and Films as Rides in the Contemporary Hollywood Cinema of Attractions ». *Cineaction*, no 51 (hiver), p. 3-9.
- Larouche, M. 1992. « IMAX ou le cinéma plus vrai que vrai » Dans : Sylvain Garel (dir.), *Les cinémas du Canada*, p. 256-265. Paris: Centre Georges Pompidou.
- Larouche, Michel. 1991. « Nouvelle technologies et troisième dimension ». *Cinémas*, vol. 1, n° 3 (printemps), p. 77-86.
- Lagny, Michèle. 2000. « Tenir debout dans l'image. Le sens de l'équilibre ». Dans Alice Autelitano, Veronica Innocenti et Valentina Re (dir.), *Il cinque sensi del cinema/ The five senses of cinema*, Udine : Forum, p. 187-198.
- Lebensztein, Jean-Claude. 1997. « Rétrojections ». Dans *1895* (Paris), hors série, p. 29-47.
- Lefebvre, Thierry et Philippe-Alain Michaud (dir.). 1997. « Le relief au cinéma ». Dans *1895* hors série. Paris : Association française de recherche sur l'histoire du cinéma.
- Lippit, Akira. 1997. « Les trois dimensions du cinéma : reproduction, mimétisme, annihilation » Dans *1895* (Paris), hors série, p. 47-57.
- Low, Colin. 1983. « Grand écran en relief : considérations esthétiques et techniques ». Dans *Perforations*, vol. 3, n° 4 (été), p. 43-45.
- Marker, Chris. 1953. « Lettre de Hollywood : Sur trois dimensions et une quatrième », *Cahiers du cinéma*, n° 25 (été), p. 25-34.

- Metz, Christian. 1984. *Le signifiant imaginaire*. Paris : C. Bourgeois.
- Odin, Roger. 2000. *De la fiction*. Bruxelles : De Boeck.
- Odin, Roger. 1989. « Du spectateur fictionnalisant au nouveau spectateur : approche sémio-pragmatique ». Dans *Iris*, n° 9, p. 121-139.
- Paci, Viva. 2008. « De l'attraction au cinéma ». Thèse de doctorat, Université de Montréal.
- Paul, William. 1993. « The Aesthetics of Emergence ». Dans *Film History: An International Journal*, vol. 5, no 3, p. 321-355.
- Paul, William. 2004. « Breaking the Fourth Wall : 'Belascoism', Modernism, and a 3-D *Kiss Me Kate* ». Dans *Film History: An International Journal*, vol. 16, no 3, p. 229-242.
- Peseux, Valérie. 2001. « 100 ans de cinéma à grand spectacle : histoire et élaboration des formats spéciaux ». Thèse de doctorat, Paris, Conservatoire national des arts et métiers.
- Peseux, Valérie. 2004. *La projection grand spectacle : du Cinérama à l'Omnimax*. Paris : Dujarric.
- Rehak, Bob. 2003. « Playing at Being : Psychoanalysis and the Avatar » Dans Bernard Perron et Mark Wolf (dir.), *The Video Game Theory Reader*, p. 103-127. New York : Routledge.
- Ryan, Marie-Laure. 2001. *Narrative as Virtual Reality : Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore : John Hopkins University Press.
- Schaeffer, Jean-Marie. 1999. *Pourquoi la fiction ?*. Paris: Seuil.

- Sirois-Trahan, Jean-Pierre. 2000. « Réception spectatorielle des nouvelles images et cinéma des premiers temps ». *Société et représentation*, no 9 (printemps), p. 143-160.
- Slide, Anthony. 1997. « L'homme au masque de cire, entretien avec André de Toth ». Dans *1895* (Paris), hors série, p. 111-130.
- Strauven, Wanda (dir.). 2006. *The Cinema of Attractions Reloaded*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Véronneau, Pierre. 2003. « L'Imax est-il un héritier du cinémascope? » Dans Jean-Jacques Meusy (dir.), *Le cinémascope entre art et industrie*, p. 323-334. Paris : Association française de recherche sur l'histoire du cinéma.
- Virilio, Paul. 1986. « L'Opération de la Cataracte ». Dans *Cahiers du Cinéma*, n° 386 (été), p. 35-39.
- Whitney, Allison. 2005. « The Eye of Daedalus: a History and Theory of IMAX Cinema ». Thèse de doctorat, Chicago, University of Chicago.
- Whitney, Allison. 1999. « *Labyrinth* : Cinema, Myth and Nation at Expo 67 ». Mémoire de maîtrise, Montréal, McGill University.
- Zone, Ray. 2007. *Stereoscopic Cinema and the Origins of 3-D Films, 1838-1952*. Lexington: University Press of Kentucky.