

PARATEXTE ET TRANSCENDANCE TEXTUELLE DANS LES SUPPORTS NUMÉRIQUES “OFF LINE” : ESSAI DE TYPOLOGIE

Pierre Morelli, Maître de conférences, Université de Metz, Centre de recherche sur les médiations (CREM, EA 3476)

Mots clés : *contexte, paratexte, technologies numériques, cinéma, DVD vidéo*

Nous sommes entrés, il y a dix ans dans une ère numérique. La notion de message se situe désormais au cœur de la dématérialisation des échanges. Forte de ce nouveau statut, l'information affecte les pratiques quotidiennes et individuelles. Le concept de “société de l'information”, développé et revendiqué par les institutions, dénote d'une contamination avancée de tous les secteurs de la vie sociale. Cependant, au-delà des promesses idéalistes, il convient de s'assurer qu'une culture et que des usages réels prennent corps.

Développement d'une culture numérique

En France, les instances politiques enclenchaient, à partir du discours politique fondateur prononcé à Hourtin par le Premier ministre en 1997 une mobilisation générale. Deux objectifs prioritaires et complémentaires furent menés de concert : la stimulation/protection¹ d'un marché naissant et l'engagement dans une politique d'acculturation aux nouveaux supports, aux nouveaux modes d'accès et de formalisation des savoirs. L'acculturation aux TIC passe tout naturellement par la mise en place de dispositifs d'accompagnement et de validation d'acquis au sein du système scolaire² ainsi que par des dispositions destinées aux individus hors monde scolaire³. Deux résultats découlent de la mise en place de l'ensemble ces initiatives institutionnelles : la généralisation du recours à des objets numériques et le développement de l'idée de contenus. L'utilisation d'Internet s'étend à tout type de démarches administratives : déclaration d'impôts en ligne, inscriptions universitaires, Omniprésent dans la vie sociale, l'ordinateur

est parfois réduit au stade de boîte noire embarquée dans les appareils ménagers. Parmi les supports numériques de diffusion hors-ligne, le DVD Vidéo connaît depuis cinq années un véritable succès de la part du public, tout comme le Compact disc digital audio s'était imposé au début des années 80, substituant des qualités d'écoute et un confort d'utilisation au standard existant : le disc vinyle.

D'une relation esthétique à une relation culturelle

Le DVD Vidéo ouvre une niche et offre de nouveaux modes d'accès aux œuvres cinématographiques. S'inscrivant dans une dynamique initiée par les cinémathèques puis reprise par les chaînes TV thématiques, il comble le destinataire par des ressources et des fonctionnalités, promptes à satisfaire ses penchants culturels. Ces éléments constituent le "non-film" (Cf. Noëlle Guibert, et Marc Vernet, 2002) et élargissent la notion de patrimoine cinématographique par une nouvelle perception des films. L'ensemble offre deux niveaux de promesses aux destinataires. En premier lieu, la perte qualitative dans la projection du film de cinéma héritée du changement de format visuel et sonore lors du transfert vidéo ou par une diffusion *broadcast* est stoppée, voire relativisée par la vertu du recours au numérique. Pris comme standard de diffusion, le DVD bénéficie des qualités intrinsèques des supports optiques ainsi que des modalités pratiques de visualisation nouvelles liées aux caractéristiques des appareils de lecture⁴ et aux interfaces de commande. Affranchi de la logique de flux imposée par la projection en salle ou télévisuelle, l'amateur de films dispose de libertés fonctionnelles nouvelles. Il peut choisir la bande sonore ou le titrage et accéder de manière ponctuelle à une partie du film, geler l'image, zoomer, ralentir... Pris comme œuvre, le DVD Vidéo transcende le film par pluralité d'immanence (Genette, 1994 : 185) et par pluralité opérable⁵ (Idem, 259-287). L'édition DVD offre un découpage en chapitres, une séquentialisation éditoriale basée sur des critères culturels et pragmatiques. Ce découpage en blocs autonomes varie d'une

édition à l'autre et selon la zone⁶. La pluralité d'édition existe également au sein d'un même marché. Deux versions sont généralement proposées à la vente : une version de base, réduite au film, et que l'on retrouve à la location, et une version "collector" enrichie, souvent constituée de plusieurs DVD, proposée avec un *packaging* spécifique et parfois accompagnée de documents à collectionner (livret, photographies,...). Outre la création de produits dérivés du film, un second niveau de promesse lié au contenu lui-même s'impose. Les productions cinématographiques bénéficient désormais d'un espace de collecte d'informations supplémentaires. Le développement du *home cinema* et la présence d'éléments scripto-visuels additionnels activables engagent de nouveaux rapports au film et apportent, la promesse cognitive d'accéder à l'envers du décors, aux tenants et aboutissants de la production cinématographique, à des informations personnelles et professionnelles concernant les collaborateurs du film (créateurs, interprètes, producteur, techniciens,...). Ces informations contextuelles constituent une plus-value culturelle tout comme l'espace d'expression qui s'ouvre à l'auteur. S'affranchissant des contraintes de productions liées à la sortie en salles, l'édition DVD offre à ce dernier la possibilité de présenter une version différente, expurgée de longueurs constatées *a posteriori* ou imposées par la production, voire une version remontée pour l'occasion. Il s'agit ici d'une autre facette de la pluralité d'immanence : la version projetée en salle et celle inscrite sur le DVD diffèrent. L'auteur voit s'ouvrir un espace d'expression pour l'*intentio auctoris* (Eco : 1990), une forme nouvelle de repentir⁷, les cinéphiles avertis ou *quidam* curieux, un horizon d'attente. Si la numérisation des films sur DVD Vidéo favorise davantage l'expansion que la réduction (Molinier, 2003 :16), plus qu'un support de diffusion et qu'une compilation, le DVD est une « œuvre éditée» (Idem, 72) qui, au sens de Genette transcende le film, prélude à de nouveaux rapports aux films. Une relation nouvelle prend corps et englobe la relation esthétique dans une relation plus vaste qui la

prolonge par des apports cognitifs : une relation culturelle (Morelli : 2003). Les éléments additionnels relèvent le plus souvent d'archives placées dans un nouveau rapport de proximité avec le film. Il ne s'agit ici, plus tout à fait "d'archives-matière" première telles que les mobilisent les historiens, mais d'une sélection d'éléments scripto-visuels recueillis à partir d'un vivier d'archives éditoriales, autoriales ou allogènes. Les bonus sont construits *a posteriori* ou conçus et réalisés en même temps que le film⁸. Sommés de respecter des contraintes légales⁹ et techniques¹⁰, ces objets de curiosité sont livrés à la cinéphilie des destinataires. Le savoir qu'ils présentent concerne le "comment" et la finalité du film. Ils informent sur la facture du film et sur sa réception et réfèrent aux acteurs au sens large (comédiens, metteurs en scène, producteurs, techniciens,...), à la sortie en salle du film et aux réactions du public et des professionnels et prennent la forme de documents d'archives textuels, iconographiques ou audiovisuels, de discours retranscrits, ... Par ailleurs, l'auteur et le producteur se partagent une tribune de l'*intentio auctoris* replacée dans le contexte éditorial (Interviews, commentaires audio additionnels, notes de production, montages alternatif...).

Bonus sur les DVD Vidéo : essai de typologie

La créativité des auteurs et producteurs de DVD Vidéo s'exprime actuellement dans l'exploration des genres documentaires établis et dans la diversité des approches. Remarquons que le film et les éléments additionnels sont rarement mis en relation par des liens hypertextuels, sauf pour simuler un passage de l'autre côté du miroir¹¹ ou pour inciter le destinataire à trouver des objets numériques cachés au coeur de l'interactivité. La dissimulation de contenus annoncés dans la jaquette, attise la curiosité ou crée un effet de surprise pour les non avertis. Elle relève de la fonction conative et prend souvent le tour d'une recherche ludique¹². Trois principaux types d'éléments contextuels de l'œuvre sont à dénombrer : les éléments discursifs (internes ou

allogènes), les ressources de plus-value documentaire et les activités ludiques dérivées.

Éléments discursifs contextuels internes

Empruntés pour la production DVD ou créés pour l'occasion, ces éléments relèvent de la stratégie de communication externe¹³ ou sont tirés de tournages parallèles. Citons par exemple les éléments textuels, sonores ou audiovisuels comme les *making of*¹⁴ scénarisés ou non (montage *cut* sans plan prédéfini lors du tournage de l'œuvre des coulisses du tournage du film ou du travail de doublage), l'interview d'acteurs, de techniciens et de producteurs sans oublier les documentaires autour du film (questions intervenues lors de la production : effets spéciaux). Les formes discursives sont parfois basées sur l'utilisation de fonctionnalités spécifiques des médias numériques et de la production du DVD : incrustations sonores superposant les commentaires du réalisateur et d'acteurs du film au déroulement du film, incrustations visuelles simples qui mêlent film et éléments tirés du *story-board* (Film « story-boardé »)... Il existe également des formes complexes comme l'utilisation de la vision multi-angle¹⁵ qui permet d'alterner le point de vue du spectateur. Ces éléments revêtent un caractère pédagogique (autopsie d'une scène), ludique (bétisiers, pastiches ou parodies¹⁶), historique (essais filmés, montage de photos de repérage commentées¹⁷) ou promotionnel (bandes-annonces¹⁸ destinées à la promotion du film en salle, à la télévision, via Internet ou dans les supports optiques édités par les revues spécialisées). Il s'agit également de montages secondaires ou alternatifs liés à la sortie du film.

Éléments discursifs contextuels allogènes

La présence de ces éléments externes sert de caution à la production du DVD afin de construire un discours d'autorité autour de la réception du film ou du DVD. Il s'agit, le plus souvent, d'extraits de tournées promotionnelles dans des émissions TV ou bien d'une revue de presse synthétique et sélective également présente sur la jaquette du DVD.

Ressources de plus-value documentaire

Ces éléments présentés relèvent d'une stratégie de documentation. Ils permettent de recontextualiser le film aux plans génétique, historique, artistique ou culturel. Ce sont des documents bruts ou semi bruts comme les scènes figurant dans le *story-board* puis coupées et celles rajoutées lors du tournage. Des plans "alternatifs" sont parfois tournés en parallèle par une seconde caméra afin de renvoyer la décision finale au montage (Exemple : *Agents secrets* de Frédéric Schoendorfer). Leur présence permet de voir les ellipses effectuées au montage. Autres éléments additionnels : les projets d'affiche, les photographies de plateau, les esquisses (éléments du *story-board*).... Il est parfois fait appel à des documents élaborés : archives historiques pro-diégétiques (actualités d'époque –*Gandhi* de Richard Attenborough– ...), courts-métrages réalisés par le réalisateur du film (Exemple : *L'atelier technique* ou *Les brèves du pénalty*, présents dans le DVD du film de Jean-Jacques Annaud, *Coup de tête*), *videoclips* associés à des musiques utilisées dans le film ou créées pour le film, galeries de photographies, des documentaires autour de l'auteur.

Activités ludiques dérivées

Les activités ludiques dérivées de l'œuvre peuvent nécessiter l'utilisation d'un ordinateur (fonctionnalités spécifiques, connections à l'Internet). Elles procèdent parfois à l'élaboration d'une reconstitution du monde diégétique afin d'amener le visiteur à y effectuer des actions simulées. Ce sont notamment : les *karaoké* [*La vérité si je mens* de Thomas Gilou, *8 femmes* de François Ozon], les quizz ou tests (*15 Août* de Patrick Alexandrin), les studios de doublage, les visites interactives de l'univers du film (*Harry Potter, l'école des sorcières* de Chris Columbus).

Transcendance textuelle et DVD vidéo

La relation nouvelle au film dont nous avons parlé plus haut relève-t-elle d'un contrat (Charaudeau, 1997) ou de la promesse d'un genre (Jost, 1997) ? Opter

pour un contrat reviendrait à placer le curseur au niveau de l'énonciateur et inférer l'archétype du destinataire idéal. Cette position semble peu adaptée à la situation qui nous préoccupe. Cependant, le principe de double visée (du contrat)¹⁹ s'applique encore pour les mécanismes informatifs et séducteurs et prend la forme de cadeaux, de surprises cachées annoncées ou secrètes. La présence de suppléments constitue des actes illocutoires ou vise des effets perlocutoires. Dans le premier cas, pour justifier l'écart de prix avec la projection en salle et pour déclencher l'achat, les éditeurs sont créatifs, en matière de *packaging*, de recherche d'éléments d'archives, et dans la diversité des bonus proposés. Nous sommes souvent dans une logique de compilation, la quantité et l'originalité de la forme des bonus prévalent à leur intérêt culturel. La pauvreté avec laquelle sont dénommées les informations contextuelles du film (bonus, suppléments, interactivité, "autour du film", ...) montre que le rapport entre l'œuvre et ces informations est loin d'être stabilisé. Plusieurs facteurs contribuent à entretenir cette opacité. Citons, en premier lieu les destinataires qui n'explorent pas nécessairement tous les méandres informationnels offerts. De plus, certains "argentiers" du cinéma voient dans la production DVD une manne financière, l'occasion de redonner vie à certains films trop tôt disparus de l'affiche et de bénéficier d'un retour sur investissement inespéré. À l'inverse, le destinataire est invité à développer un nouveau regard vis-à-vis du film avec pour horizon ultime une optique cinéphilique. Le DVD Vidéo appelle alors un nouveau type de comportement par rapport au film. Il favorise, la répétition ainsi que la segmentation de la lecture du film. Liberté est donnée d'explorer les ressources numériques. Ces visions illocutoire et perlocutoire fondent la réception culturelle du DVD Vidéo. Les différents genres proposés par la littérature (essai, roman, nouvelle...), le cinéma (western, polar, documentaire...), et la télévision (*sit'com*, séries, *talk-show*, téléfilm, télé réalité, ...) trouvent-ils leur place? Les genres littéraires sont nécessairement secondaires car le DVD Vidéo

relève surtout de l'audiovisuel. Plutôt que d'affirmer la naissance de genres nouveaux, voyons en quoi l'hypermédia en général et le DVD Vidéo en particulier "feraient genre" (Cf. Jost, 1997). L'innovation se situe dans la relation du spectateur avec les films. Le passage d'une relation esthétique à une relation culturelle relève en partie de la fonction contextualisante de l'hypertexte (Morelli, op. cit.), de la mise rapport du texte et de son contexte, créant les conditions de la transcendance du film. Ce dernier est protégé des affres du temps, de l'oubli. Il est accompagné de modalités qui reproduisent ou restituent son contexte originel. Peut-on garder les cinq catégories "transtextuelles" définies par Gérard Genette²⁰ dans le cas du DVD Vidéo ? La paratextualité devient la catégorie principale²¹. Le paratexte regroupe des éléments scripto-visuels proches du film. La logique hypermédia rassemble le péri-texte et une partie choisie de l'épi-texte dans un même support et ouvre un accès internet dans une partie DVD Rom. L'hypertextualité occupe alors une position centrale et permet également des situations d'ancrage entre film et bonus ou entre bonus. Elle est plus une caractéristique qu'une transcendance. L'architextualité et l'intertextualité sont liées. La notion de genre opère plus au niveau du film que celui de son immanence sur DVD Vidéo. La citation, le plagiat et l'allusion caractérisent les bonus construits pour l'édition DVD afin de combler les nouveaux horizons d'attente. L'intertextualité apporte par connotation, une référence culturelle interne au film (référence à un autre film, un écrit, un auteur, un personnage ou une situation historique,...) et devient un sous-genre de l'architextualité. Procédant d'une sélection éditoriale d'informations, la métatextualité offre, dans le choix des commentaires proposés, une objectivité toute relative sauf peut-être dans le cas de *Fahrenheit 11/9* de l'américain Mickaël Moore qui donne courageusement une tribune à la critique.

Conclusion

Qu'on ne se trompe pas, l'essor du DVD Vidéo participe de l'individualisation des pratiques. Les TIC contribuent à l'extension de cette individualisation dans tous les domaines de la vie sociale et professionnelle. Assistons-nous à une nouvelle victoire des industries et du marketing culturels ? Un risque réel de nivellement de tous les éléments constituant le "non-film" existe. La tentation de "ré-habillage" de films moyens et médiocres présentés sous des atours éclatants et/ou attractifs, ludiques se fait jour. Restent les institutions et les instances critiques (CNC, Cahiers du cinéma,...) et certains producteurs (MK2,...) dépositaires d'un regard savant et indépendant, afin de nous aider à discriminer dans la production à venir, le bon grain de l'ivraie.

Références

Charaudeau Patrick, *Le discours d'information médiatique, La construction du miroir social*, Paris : Nathan, 1997, 286p.

Eco Umberto, *Les limites de l'interprétation*, Paris : Grasset, 1990, 406 p

Genette Gérard, *Seuils*, Paris : Le Seuil, 1987, 388 p.

Genette Gérard, *L'œuvre de l'art, Immanence et transcendance*, Paris : Le Seuil, 1994, 299 p.

Guibert Noëlle, "Du film au document papier ou l'inverse : la conservation des œuvres", *1^o journées d'études européennes sur les archives de cinéma*, Paris, 2002, <http://www.bifi.fr>

Jost François, "La promesse des genres", *Réseaux n° 81 CNET*, 1997

Molinier Pierre, *Pour une microsociologie de la réception du DVD, usages et herméneutique cinématographiques*, HDR en SIC, sous dir. Robert Boure, Université Toulouse le Mirail, 2003, 279 p.

Morelli Pierre, "Entre texte et contexte, de la conservation de l'oeuvre d'Art par le numérique", *ICHIM'03, École du Louvre Paris*, 2003

Seguin Jean-Claude, “les DVD de tout sur ma mère”, *Discours audiovisuels et mutations culturelles*, sous dir. Bertin-Maghit J-P, Joly M., Jost F. et Moine R., Paris : l’Harmattan, 2000, pp. 51-78 (Champs-visuels)

Vernet Marc, “De la disparition du muet au DVD : ce qui a changé”, *1^o journées d’études européennes sur les archives de cinéma*, Paris, 2002, <http://www.bifi.fr>

¹ Le Ministère de l’éducation nationale a créé un “guichet unique” afin d’organiser le cofinancement de projets en ligne et hors-ligne et pour l’attribution de la marque « Reconnu d’intérêt pédagogique » (RIP).

² Multiplier et démocratiser l’accès aux outils ne suffit pas. Il faut provoquer et accompagner une évolution des mentalités et des pratiques (à l’école et au collège : brevet de compétences attestant l’utilisation effective en contexte des possibilités offertes par les TIC –le B2i, Brevet informatique et internet– ; à l’université : dispositif diplômant, – le C2i, Certificat informatique et internet –.

³ Citons notamment le Ministère de la culture dont la stratégie repose sur deux ressorts : la création d’Espaces culture multimédia (lieux de rencontre avec les TIC et la création artistique numérique) et la numérisation du patrimoine ainsi que la mission interministérielle pour l’accès public à la micro-informatique qui labellise des espaces publics numériques habilités à délivrer le passeport pour l’internet et le multimédia (transposition et adaptation B2i pour le grand public).

⁴ Outre l’inaltérabilité de l’image, l’usager dispose également d’un cadre socio-technique de référence nouveau lié au développement du concept de cinéma chez-soi (*home video*) qui améliore qualitativement la projection du film (image, son –notamment par les dispositifs de spatialisation, son numérique 5.1–).

⁵ Le destinataire choisit aux plans technique les modalités de lecture (fonctions du lecteur) et “navigationnel”.

⁶ Voir l’analyse de l’édition dans cinq différents pays DVD du film d’Almodovar, *Tout sur ma mère* (Seguin, 2000). De plus, la version “collector” zone 1 (USA) diffère de celle européenne (zone 2).

⁷ Le DVD *Mariées mais pas trop* (Catherine Corsini) produit en 2004 donne la possibilité de visionner le film avec un début “alternatif” proposé par le réalisateur à partir des rushes filmés. Il s’agit là, d’une liberté concédée à l’auteur, indépendamment des choix dictés par les contraintes de la production.

⁸ Pour des raisons économique-culturelles, les compléments sont pensés et tournés en vue de la sortie DVD.

⁹ La production du DVD est confrontée aux problèmes de droit d’auteur. Il est rare de disposer d’articles journalistiques intégraux. Le plus souvent il s’agit d’extraits autorisés ou de partenariats.

¹⁰ Dans l’édition DVD, les bonus complètent généralement l’espace libre. Dans le cas de *collectors*, les bonus sont souvent regroupés dans un DVD identifié en tant que tel.

¹¹ Par exemple, dans *Astérix et Obélix contre César* (Claude Zidi, 2002) l’incrustation de points colorés dans le coin supérieur droit de l’écran prévient de l’accès à l’explication de la réalisation des truquages.

¹² Les bonus cachés, parfois appelés, de manière métaphorique œufs de pâques (*Easter Eggs*) font l’objet de collecte et de mises en ligne de trucs et astuces. Voir, par exemple le site : <http://www.dvd-bonus.com>

¹³ Dossier de presse –disponible dans une partie DVD-Rom–, filmographie des acteurs, du metteur en scène, renvoi au site Web officiel du film... Il peut également s’agir de figures nouvelles (les notes de production).

¹⁴ L’élaboration de *making of* est antérieure au DVD. Cette forme discursive connaît un regain d’intérêt.

¹⁵ Le DVD *L’âge de Glace*, propose une utilisation spécifique du système “multi-angle” : visualisation des procédures de création de l’animation d’une scène à travers l’affichage du rendu obtenu au cours de chacune des quatre étapes principales de son élaboration (dessin du *story-board*, image fixe 3D, animation non finalisée, animation finalisée) avec option d’affichage composite des quatre étapes ci-dessus.

¹⁶ Exemple « mon director’s cut » d’*Astérix, mission Cléopâtre* de Alain Chabat, dans lequel le réalisateur ne conserve que les plans dans lesquels il figure en tant qu’acteur.

¹⁷ Exemple : dans le DVD *Depuis qu’Otar est parti...* de Julie Bertucelli, 2004

¹⁸ L’édition DVD propose parfois plusieurs versions de bandes-annonces. Exemple, *L’ange bleu*, Joseph Von Sternberg, film datant de 1930. Le DVD produit par MK2 propose les bandes-annonces de 1930 et 1960.

¹⁹ Visée d’information (faire savoir) et visée de captation (faire ressentir).

²⁰ Rappelons tout d’abord les cinq catégories de la transtextualité (Genette, 1987) : l’intertextualité (lien entre deux ou plusieurs textes –citation, plagiat, allusion–), la paratextualité (seuil, lieu constitué d’un ensemble hétéroclite qui accompagne et anticipe la réception du texte, une lisière, lieu constitué du périphrase)

(proche) de l'építexle (plus lointain : entretien, correspondance,...), la métatextualité (relation de commentaire, de critique), l'hypertextualité (relation de greffe, de dérivation entre deux textes), l'architextualité (genre).

²¹ Le DVD se pose, par essence, comme « paratexte du film » (Molinier, 2003 : 78).