

CNC

Les spécificités du DVD en termes d'interactivité

Analyse sémiologique

Décembre 2004

SOMMAIRE

Résultats détaillés	3
1. <i>Préambule : les différents modes d'apparition de l'image selon les types d'écrans</i>	4
2. <i>Le spectateur est actif, émetteur de contenu</i>	7
3. <i>Le DVD est un média multidimensionnel</i>	8
4. <i>Réflexion sur les différences cinéma américain / cinéma français dans le cadre du DVD</i>	10
5. <i>La nature spécifique des contenus numériques</i>	12
6. <i>Le DVD : un imaginaire très valorisant par rapport à la VHS</i>	14
7. <i>La problématique du prix du DVD</i>	15
8. <i>Les bonus de DVD</i>	17
9. <i>Le DVD, un mode d'interaction virtuel</i>	22

Rappel du contexte et des objectifs

QualiQuanti a mené différentes études sur le DVD dont une étude publiée par le CNC (cf. *les perceptions et attentes du public vis-à-vis de la vidéo*).

Le présent document rassemble des éléments d'analyse et de réflexion sémiologique sur le DVD :

- **Les nouvelles conditions de réception de la vidéo qu'impliquent le DVD.**
- **Une réflexion sur la nature et le mode d'existence du DVD,** notamment en comparaison à la VHS.
- **Un éclairage sur la perception de l'offre DVD en termes en prix et le cycle de commercialisation du DVD.**
- **Une analyse des affinités existant entre le support DVD et les différents types de cinémas** (en particulier, sous l'angle de la comparaison cinéma français / cinéma américain).
- **Une réflexion sur les bonus, à plusieurs niveaux :**
 - sur le plan sémantique : étude des terminologies utilisées pour décrire les contenus hors-films des DVD
 - sur le plan des contenus : typologie des différents bonus ; affinités type de bonus-type de film.
 - sur le plan des pratiques : éclairages sémiologiques sur la perception et l'attitude du public vis-à-vis des bonus.

➔ **Au global, l'analyse sémiologique qui suit permet de mettre en lumière, sur un mode explicatif, les spécificités de l'interactivité DVD.**

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. Préambule : les différents modes d'apparition de l'image selon les types d'écrans

Un film peut aujourd'hui être visionné sur trois écrans différents : le grand écran cinéma, le téléviseur, l'écran d'ordinateur.

Chaque écran (cinéma, TV, ordinateur) offre un mode d'apparition différent de l'image. De ce fait, **chaque écran suscite une attitude de réception différente.**

△ Le grand écran.

L'image de cinéma, présentée dans une obscurité totale qui occulte le monde alentour, **s'impose au spectateur par sa vastitude.** Celui-ci n'a **pas d'autres choix que de se laisser immerger, absorber par l'image (l'espace diégétique), jusqu'à perdre conscience de son environnement réel (l'espace spectatoriel).**

Au cinéma, rien d'autre n'existe plus en dehors de l'écran et de ce qui s'y passe : il n'y a pas d'autre espace ni d'autre temps que ceux spécifiques au film.

On peut comparer la situation du spectateur de cinéma à celle du rêveur : entièrement plongé dans le noir, le spectateur est capté par un rêve dirigé et cohérent, le film. **Le spectateur cesse d'être un sujet conscient, pour passer dans un état de flottement onirique.** À la fin du film, comme au moment d'un réveil, il reprend conscience de l'espace et du temps réels.

Le spectateur de cinéma est en **situation de dépendance** : n'ayant aucun pouvoir d'action sur le déroulement du film (début, arrêts, fin), il est entièrement abandonné au pouvoir du projectionniste.

Cet état passif n'amène pas du tout l'individu à avoir une attitude critique envers le film, car il n'est pas possible pour lui de créer une dimension de profondeur derrière l'image : il n'y a rien derrière l'écran.

△ Le petit écran.

L'image d'un petit écran de télévision ou d'ordinateur est **un pôle limité** qui n'a pas le même caractère d'immersion que le vaste écran de cinéma. Pour la capter, le spectateur doit **focaliser** dessus. L'image de petit écran apparaissant au spectateur au sein de son environnement quotidien (son salon, etc.), celui-ci doit ainsi **coordonner la co-présence de l'espace spectatorial et de l'espace diégétique**.

L'image offerte par la télévision, média qui se fonde avant tout sur l'idée de communication avec le monde, est celle **d'un ailleurs existant, un ailleurs réel**.

Sur chaque canal, **le téléspectateur est soumis au déroulement « fatal » des programmes, sur lesquels il n'a absolument aucun pouvoir d'action**. Son seul pouvoir est un pouvoir d'interruption de l'émission, mais aucunement un pouvoir de modification des programmes.

Le téléspectateur est un pôle d'accueil, qui a certes une intelligence de réception, mais est un pôle passif qui n'agit pas sur le programme, le pôle d'intelligence étant le pôle émetteur.

CINÉMA	TÉLÉVISION	VHS	DVD
Immersion dans l'image	Focalisation sur l'image	Focalisation sur l'image	Immersion ou focalisation
Spectatoriel absorbé par le diégétique	Co-présence du spectatoriel et du diégétique	Co-présence du spectatoriel et du diégétique	Co-présence du spectatoriel et du diégétique ou spectatoriel absorbé par le diégétique
Inconscience lyrique	Intelligence de réception	Intelligence de réception	Intelligence de réception et d'émission
Passivité, aucun pouvoir d'action	Passivité, avec pouvoir d'abstention	Pouvoir de modification relatif (linéaire)	Réel pouvoir de modification
Interactions imaginaires	Interactions réelles	Interactions réelles	Interactions virtuelles
Mémoire subjective	Mémoire subjective	Mémoire objective	Mémoire objective structurée

2. Le spectateur est actif, émetteur de contenu

Avec le DVD, le spectateur peut certes, en se mettant dans les conditions du cinéma (lumières éteintes, projection), adopter l'attitude d'un récepteur cinéma. Mais en parallèle, il a la conscience d'un pouvoir de manipulation sur le programme.

En effet, **le spectateur de DVD peut avoir une action sur le contenu de l'écran, il peut le commander, le modifier**. Le spectateur n'est plus un individu passif exposé au déroulement obligatoire du film qui s'impose à lui. Il n'est plus, comme avec le VHS, soumis aux contraintes de la bande magnétique, sur laquelle le seul pouvoir d'action est linéaire (répétition, interruption). Le spectateur devient, grâce aux possibilités interactives du DVD, un acteur qui dispose de pouvoirs de modification sur le déroulement du film.

En modifiant ce contenu, le spectateur y met quelque chose de lui-même, et devient lui aussi un pôle actif, producteur de contenu. L'individu cesse d'être un pôle récepteur non-intelligent, pour devenir un pôle récepteur-émetteur, qui incorpore son intelligence dans le contenu.

Cette intelligence incorporée par le spectateur dans le contenu de l'écran est supérieure à l'intelligence du pur récepteur télévisuel, elle-même supérieure à l'inconscience lyrique du récepteur cinéma.

3. Le DVD est un média multidimensionnel

Le DVD est un média extrêmement sensible aux changements de configuration, qui démultiplie les conditions de réception : on peut faire varier la technologie de réception du DVD à tel point que cela casse la stéréotypie classique du média. Avec le DVD, l'œuvre devient multidimensionnelle du fait de trois choses :

1. Du fait de la configuration technique du dispositif de réception, à géométrie variable : on peut décider d'accroître un facteur par rapport à un autre (ex : sous-titres ou non ; films qui nécessitent le branchement d'enceintes VS ceux qui ne souffrent pas d'un son basique)

➔ **Les conditions techniques de réception déterminent la perception de la richesse des dimensions possibles.**

2. Du fait de la configuration du produit : les bonus associés à l'œuvre donnent au spectateur l'accès aux dimensions possibles de l'œuvre. **Le spectateur ne voit pas uniquement l'œuvre finie et unique, mais accède à différents éléments qui ont participé à la construction de l'œuvre ou qui viennent l'enrichir, ou même encore l'expliquer, l'éclairer.**

➔ **Les différentes versions possibles d'une même œuvre lui donnent une épaisseur vivante.**

Il se passe ainsi avec le DVD ce qui se passe avec les différentes versions d'une même œuvre écrite : le bonus du DVD donne du relief à l'œuvre comme des manuscrits successifs ou des versions commentées de *Madame Bovary* donnent une épaisseur vivante à l'œuvre de Gustave Flaubert.

3. Du fait de la nature de l'art cinématographique, qui est en affinité avec cette multidimensionnalité complexe. Cela est particulièrement vrai pour le cinéma américain, et moins pour le cinéma français.

➔ **Le DVD rend compte du travail ; la technologie du DVD est en affinité forte avec la technicité de la production cinématographique américaine elle-même.**

En comparaison, les conditions de visionnage d'une VHS sont beaucoup plus homogènes : mode d'emploi presque immuable consistant à faire défiler la bande, version unique sans possibilité d'entrer dans la profondeur du programme, modalités de réception qui aplanissent les aspérités des films.

4. Réflexion sur les différences cinéma américain / cinéma français dans le cadre du DVD

La technologie du DVD est en forte affinité avec la technicité de la production cinématographique.

Ceci est particulièrement vrai pour le cinéma américain : il existe une synergie forte entre la multi-dimensionalité du support DVD (notamment, les bonus) et celle du cinéma américain.

En effet, les films américains induisent l'idée d'un **travail complexe** ; ils mettent en œuvre des effets techniques, un jeu d'acteur très travaillé, une équipe nombreuse, etc (aussi la fabrication d'un film américain est-elle plus riche et propice à proposer des bonus car elle produit plus de « rush »). L'image finale a présupposé des jeux d'acteurs en espace libre (jouer sans réplique sur fond vert ou bleu), des éléments qui disparaissent ou apparaissent après le tournage ; toutes ces strates du travail font que le résultat n'est pas seulement un tournage caméra mais un art complexe qui superposent plusieurs couches, comme pour **un palimpseste**.

-> La très grande technicité de la conception des films américains est donc en forte adéquation avec la technologie du DVD : elle n'en est que plus mise en valeur car la nature du contenu, comme celle du support, renvoient à la numérisation (retraitement de l'image, images de synthèse, décors virtuels, son remixé et optimisé, etc).

À l'inverse, l'art du cinéma en France est plus unidimensionnel car il met moins en œuvre d'effets visuels, il est plus spontané. D'ailleurs, on remarque que les making of de films français rendent davantage compte de l'ambiance du tournage plutôt que la fabrication du film au sens propre.

Synergie DVD ⇔ Art cinématographique	
Cinéma américain	Cinéma français
Travail complexe : - effets spéciaux, numérisation - jeu des acteurs travaillé - jeu sans réplique sur fond vert	Art cinématographique plus artisanal, plus spontané, plus « littéraire » : - utilisation plus réduite des effets techniques - jeu plus spontané - décor naturel
- Implication très forte de l'acteur et du spectateur. - Grand respect des codes, clairs et stables. - Prédominance des registres graves dans la production américaine. -> <u>Prise au sérieux</u> totale de la fiction par le <u>conditionnement physiologique</u> (mobilisation sensorielle très forte) et mental.	- Prise de distance de l'acteur par rapport à son personnage, du spectateur par rapport à la fiction - Moindre respect des codes établis ; jeu avec les conventions de genre - Prédominance des registres légers et distrayants. -> Le cinéma français ne semble pas toujours prendre la fiction au sérieux.
↓ Image hyper réaliste, souci du détail Image multi-dimensionnelle, composée de strates ; palimpseste.	↓ Image naturaliste, aspect vivant et réel, « tranche de vie quotidienne » Image plus plate, unidimensionnelle ; moins d'effets visuels ; plus <u>spontané</u> .
Forte technicité, à différents niveaux, de la conception des films américains ↓ Synergie forte avec le support DVD	Moindre technicité de l'art cinématographique français ↓ Synergie plus faible avec le DVD

Cf. L'étude 2000 *Affiches et bandes-annonces*, qui avait bien mis en évidence les différences entre le cinéma français et américain.

5. La nature spécifique des contenus numériques

Le DVD est un original consommé sur un mode multiple.

Le DVD est à la salle de cinéma ce que le disque est à la salle de concert : il **individualise la réception** tout en ayant une nature d'**œuvre originale**.

En effet, alors que la VHS est une reproduction, une copie de l'œuvre originale, le DVD lui, est l'œuvre elle-même : **le DVD est l'original**, au même titre que le CD (on produit spécialement un disque, ce n'est pas l'enregistrement d'un concert).

Le mode d'existence du DVD est multiple, exactement comme la gravure : toutes les gravures sont des originaux, à la différence du tableau qui lui est unique, original et qui ne peut qu'être reproduit.

-> Le DVD est un original, consommé individuellement et sur un mode multiple : il est directement lié au master original comme la diffusion en salle.

L'écriture numérique, suite de 0 et de 1, est un langage universel et primitif qui permet la multiplication d'une œuvre avec une grande fidélité. Il n'y a ainsi pas de dégradation de l'œuvre en mode numérique alors qu'en analogique il y a la double notion de « master » et de « copie ».

Après un pressage numérique, chaque exemplaire de l'œuvre en DVD devient un multiple de l'original, un clone de l'œuvre, au sens où le DVD donne le sentiment de contenir le film directement sorti de la salle de projection.

Au contraire, la VHS induit la notion de reproduction et non de multiplication. L'œuvre sur VHS n'est pas un multiple mais une copie, un dérivé, une seconde génération, qui implique une certaine dégradation par rapport à l'original. La VHS renvoie plutôt à la notion de copie de la diffusion télévisée.

DVD	VHS
L'œuvre elle-même L'original	Une reproduction, copie de l'œuvre originale
Multiple sur le mode de l'original	Multiple sur le mode de la reproduction
Gravure originale	Copie du tableau original
Numérique : un langage universel et primitif, la plus petite réduction possible	Bande magnétique : un moyen de reproduction. Analogique : un caractère dérivé, de copie
Pas de perte de qualité (gravure)	Dégradation, perte de qualité de copie en copie
MULTIPLE ORIGINAL	MULTIPLE DÉGRADÉ



Aujourd'hui avec le DVD, on peut multiplier l'œuvre cinématographique sans la dégrader, ce qui la rend infiniment disponible et donc la démocratise. Chacun peut la consommer individuellement.

Parallèlement, il y a une défétichisation du film, liée à la multiplicité de l'original.

Par rapport à la VHS, le DVD constitue un marché vidéo beaucoup plus complexe et segmenté.

6. Le DVD : un imaginaire très valorisant par rapport à la VHS

DVD	VHS
Un produit « noble »	Un produit ordinaire
Numérique, aseptisé, « propre »	Mécanique, « emmêlé dans les bandes »
Produit technologique manufacturé	Un côté artisanal plus « romantique » (confection de la jaquette et d'un livret à partir de fiches,...)
High-tech : extra-plat, aluminium, un côté jetable (nouveau)	Ancienne génération. Encombrant.
<i>Comparé au :</i> CD Téléphone portable Livre de poche (léger, plat)	<i>Comparé au :</i> Disque vinyle Téléphone fixe Gros livre (lourd, épais)
Vivant, jeunesse, modernisme	Figé, vieux, dépassé, « tombé aux oubliettes »
Lumineux (laser)	Noir, obscur
Aspect plus doux (forme ronde du disque)	Dur, anguleux (forme rectangulaire de la cassette)
Réalité / réalisme	Distance
Inaltérable, éternel. Héritage à transmettre.	Durée de vie limitée, surtout pour un visionnage intensif

7. La problématique du prix du DVD

Le prix du DVD est surtout justifié par son cycle de commercialisation

Les consommateurs sont actuellement **déroutés par la complexité de l'offre** DVD, en particulier concernant la politique de prix de vente des DVD : un prix qui baisse très vite, des tarifs différents pour un même film selon le circuit de distribution, des éditions multiples.

Aussi, les consommateurs perdent-ils leurs repères de proportion entre le prix du produit et la valeur de la marchandise :

Habituellement, la variation des prix est liée au cycle du produit, de son statut de nouveauté à sa banalisation : plus le produit est nouveau, plus il est désirable, plus il est cher ; puis il se répand et devient moins désirable donc moins cher.	Avec le DVD, la déflation est au contraire extrêmement rapide.
Il y a donc normalement un parallélisme entre le cycle marchand du produit et son cycle de vie matériel : son état de conservation est lié au temps de dévalorisation.	Il existe donc un paradoxe concernant le prix du DVD : alors que le cycle de vie marchande du produit est court , avec une déflation rapide, le cycle de vie matériel du DVD lui, est éternel car c'est un support inaltérable.

➔ **Les différences de prix des DVD sont directement liées aux phases du cycle de commercialisation, plus qu'à une valeur inhérente du produit lui-même.**

Cela signifie que ce que le consommateur paye, c'est bien la consommation du visionnage et moins le support : **c'est la consommation subjective qui est quantifiée et non la valeur objective de l'objet, qui peut être éternel.**

Des circuits officiels paradoxalement plus chers.

Il est étonnant de voir que dans le cas du DVD, les consommateurs ont souvent l'impression de « se faire avoir » par les circuits officiels, qui surtaxent et pratiquent des politiques de prix très déroutantes. Il existe un paradoxe dans le fait que les grandes chaînes soient plus chères que les circuits plus restreints.

8. Les bonus de DVD

△ Les bonus, une ouverture vers le monde des possibles du film.

Les scènes coupées et les fins différentes, en montrant les variantes du film, décollent le spectateur d'une version unique du film, puisqu'elles lui donnent accès à l'imaginaire de tout ce que le film aurait pu devenir.

De même, le multi-angles, en présentant une même scène sous d'autres points de vue, déconnecte la perception du spectateur d'une vision unique imposée par l'angle d'une caméra unique.

Dans l'avenir, on peut imaginer qu'un DVD contienne plusieurs films en un seul, à savoir la même histoire, les mêmes scènes, avec la possibilité de passer d'un angle de vue à un autre. Cette liberté rendrait la compétence du regardeur beaucoup plus sophistiquée que lorsqu'il visionne passivement un produit fini s'imposant à lui.

Ces bonus révèlent le fait que le même film aurait pu être réalisé d'une manière différente, et que le film tel qu'il est n'est que la variante qui a été choisie par le créateur parmi toutes les options possibles.

Les making-of et les bêtisiers font virtuellement participer le spectateur au tournage du film. Fictivement, le spectateur est dans la position du créateur du film qu'il regarde. Ayant sur le film la même vue que s'il avait participé à sa création, le spectateur comprend comment le film a été fait, et comment il aurait pu être fait. Il décèle le choix que le créateur a fait parmi les films qu'il aurait été possible de réaliser.

Le spectateur passe mentalement du film réel aux films possibles, et découvre l'opération symétrique de passage entre les films possibles et le film réel, réalisée par le créateur du film. Un jeu d'aller et retours entre réel et possibles s'instaure, et le film acquiert de la profondeur, de la potentialisation.

Avec les bonus, le spectateur change de regard : au lieu de regarder le film comme une œuvre finie et unique, il le regarde comme une version possible parmi les versions possibles du film. Il perçoit, à travers le film réalisé, tout ce qu'il aurait été possible de réaliser.

Le récepteur n'a plus affaire à la brutalité opaque d'un film fait, fini, fatal et irrémédiable. Il n'a plus l'impression d'être devant une histoire qu'il suit, fasciné, comme la seule réalité possible, mais entrevoit tous les films possibles autour du film qu'il voit. Le DVD n'est pas un film, mais l'ensemble des films qui auraient pu être créés autour du film.

Le bonus apporte un bénéfice cinéphilique au spectateur, dans une logique cinéclub, mais il n'a pas seulement une vocation cinéphilique : il a aussi une dimension divertissante et grand public.

➔ Le bénéfice cinéphilique ne doit pas constituer une parcelle élitiste de culture cinématographique pointue susceptible d'exclure le plus grand public. Le spectateur est totalement libre de consommer ou non les bonus qui fonctionnent comme des stimuli de sa curiosité.

△ Réflexions sur l'existence des bonus sur les DVD.

La notion de bonus et d'économie du support

Le bonus s'est développé du fait de l'économie du support DVD, car la gravure du film n'utilise pas tout l'espace disponible sur le disque. Puisqu'il y a une économie du support, on a pu intégrer dans le DVD l'ensemble des produits dérivés autour de l'œuvre.

Réflexion sur le lien œuvre <-> produits dérivés :

- Dans un premier temps, on a cherché à dériver des produits des œuvres (création de produits dérivés de l'œuvre).
- On a ensuite intégré des produits dérivés dans l'œuvre (bonus de DVD).

Le bonus : une « édition savante ».

Un DVD avec le film et des bonus peut s'apparenter à l'édition savante d'un texte : une édition savante est une édition qui ne donne pas seulement le texte, mais aussi la préface, l'analyse des documents d'époque, le contexte, les différentes versions du texte, sa genèse, etc...

△ Analyse du vocabulaire pour les bonus.

Dans les DVD américains, c'est l'expression « special features » qui est employée, de façon normalisée :

- « Features » signifie à la fois présentations, caractéristiques, aspects, versions, traits,...mais aussi, au singulier, « feature » désigne le film. Sur les DVD américains, on trouve souvent « feature film » et « special features ».

La forme plurielle du terme « special features » véhicule l'idée d'une dynamique plus ouverte, plus complexe, qui peut proliférer. Le terme singulier de « bonus » est en cela moins expressif de la complexité et de l'interaction des différentes dimensions. Il est plus plat, suppose moins de profondeur et de densité.

- « Special features » est employée pour présenter tous les contenus numériques hors-film : à la fois le choix des langues, le sous-titrage, le choix des versions, le making-of, les courts-métrages, les bandes-annonces,...

-> L'expression « Special features » est beaucoup plus hollistique que le terme « bonus » ; elle rend mieux compte de la multidimensionnalité complexe de l'œuvre, qui se démultiplie en de nombreuses versions.

Comparatif des termes désignant les contenus hors film du DVD :

Special Features	<p>Rend bien compte du fait qu'on n'est pas du tout dans une logique de cadeau, mais dans un contenu intégré et complémentaire</p> <p>Un terme polysémique, qui signifie à la fois caractéristiques, aspects, présentations, contenus, éléments,...</p> <p>Forme plurielle : hollistique, fait passer l'idée d'une œuvre complexe ayant une épaisseur</p> <p>Met en valeur l'idée d'une œuvre multidimensionnelle, d'une dynamique ouverte, qui peut proliférer</p> <p>Vision stéréoscopique, mode d'appréhension de l'œuvre dans sa complexité</p>
Bonus	<p>Promotionnel et commercial : « du produit en plus »</p> <p>Dit « cadeau » supplémentaire</p> <p>Un côté gadget</p> <p>Forme singulière : unidimensionnalité</p> <p>Dévalorisant et réducteur par rapport à la richesse des contenus qu'il recouvre</p>
Le monde de... (ex : Amélie)	<p>Très général et hollistique : on s'intéresse à <u>Amélie et au monde d'Amélie</u> (cf. on s'intéresse à la bourse et au monde de la bourse).</p> <p>Crée un ensemble, un univers, qui est l'univers imaginaire du film.</p>
Le monde du film	<p>Connote l'idée d'un monde imaginaire, idée que l'on va faire <u>d'autres choses dans le même état d'esprit</u>.</p> <p>-> ne désigne pas vraiment l'idée de bonus complémentaires.</p>
Autour du film	<p>Suggère tout ce qui s'est passé autour du film : le contexte avant, pendant, après, ce qui a pu inspiré le film, les critiques, les éventuelles polémiques autour du film, les conséquences de l'œuvre,...</p>
Supplément	<p>Proche de bonus : un élément « en plus », « à côté » : logique commerciale et promotionnelle.</p> <p>Ne rend pas compte de la richesse contextuelle.</p>
Complément	<p>Plus proche de l'idée de contexte.</p> <p>Mieux intégré à l'œuvre VS à côté, en plus.</p> <p>Renvoie éventuellement à un bonus analytique (ex : version commentée du film)</p>
Interactivité	<p>Connote de plus en plus le jeu, le ludique.</p> <p>Restrictif : il peut y avoir de l'interactivité dans les bonus, mais ils ne s'y résument pas.</p>

△ Les différents types de bonus possibles.

La réflexion sémiologique sur les bonus permet de proposer une typologie des différents bonus de DVD :

1. **Les « rejets »** (les petites œuvres en lien avec l'œuvre principale) : les courts-métrages du même auteur avec un rapport direct à l'œuvre ou à sa thématique, la ou les bandes-annonces.
2. **Les coupes** : scènes raccourcies, scènes enlevées, fins alternatives.
3. **Les commentaires** : version commentée par le réalisateur en voix-off, analyse critique d'un professionnel ou d'un expert, interview des acteurs principaux.
4. **Le récit technique** : raconter la genèse du film, le making of, analyse technique de la fabrication de l'œuvre.
5. **Les ponts** : vers les autres œuvres réalisées ou qui ont un lien avec l'un des personnages importants du film (réalisateur, producteur, compositeur, acteurs principaux, ...).
6. **L'encyclopédie** : filmographies, documentaire sur le contexte historique.

9. Le DVD, un mode d'interaction virtuel

Le spectateur de cinéma, entièrement immergé dans l'image, complètement déconnecté de l'espace réel, interagit uniquement avec le film, et ce sur un plan imaginaire.

Le spectateur TV, qui coordonne espace diégétique et espace spectatorial, peut avoir simultanément des interactions imaginaires avec la télévision et des interactions réelles (il peut interagir avec les autres récepteurs en présence).

Pour le spectateur DVD, c'est une troisième voie qui s'ouvre : celle des interactions virtuelles, soit la possibilité de convoquer des interacteurs qui ne sont ni dans l'espace imaginaire du film, ni dans l'espace spectatorial réel.

En effet, en convoquant des membres de l'équipe de tournage et de réalisation qui commentent le film, il rentre dans un mode d'interaction virtuel.

Le DVD offre la possibilité de convoquer virtuellement plusieurs types d'interactions de tous ordres. L'écran devient un espace où toutes les virtualités peuvent être concomitantes, c'est-à-dire que les interactions peuvent être multiples sur un même écran.

Le DVD est un hyper média qui a une profondeur, une potentialisation que n'ont pas les médias " plats " (cinéma, TV, VHS), qui sont des médias contraignants et ne peuvent que rendre le téléspectateur passif.

Dans cette logique, la réflexion critique sur le film pourrait être intégrée au même espace virtuel que le film :

- Les bonus pourraient contenir des commentaires faits par des personnes extérieures à la création du film, à savoir des critiques, d'autres réalisateurs, etc.

- Un voyant intégré dans le lecteur DVD pourrait s'allumer au moment de certains passages du film, pour signaler que le passage a été jugé intéressant par certains critiques. Ceux-ci interviendraient alors pour commenter le passage du film (ex : remarque sur l'art de l'acteur, de la caméra, etc.).

De même, le DVD a tout à fait vocation à devenir un espace encyclopédique hypertextuel. En cliquant sur une scène du film, un acteur, etc, le spectateur pourrait avoir accès à toute l'iconographie y afférant.

Par exemple, accès à :

- une série de scènes du même metteur en scène
- des scènes de même ambiance tirées d'autres films
- d'autres scènes du même acteur dans d'autres films
- la scène d'un autre film qui est parodiée
- un rappel sur l'événement historique auquel il est fait allusion.

Plus qu'un prolongement simple de l'écoute du film (on retrouve ce qu'on y a laissé), ces liens permettraient de prolonger l'univers du film en l'élargissant et l'approfondissant.

Tous les éléments qui participent à l'univers du film, éparpillés en temps normal sur différents médias, seraient ainsi regroupés sur le DVD.