



**HAL**  
open science

## Introduction

Nolwenn Tréhondart, Alexandra Saemmer

► **To cite this version:**

Nolwenn Tréhondart, Alexandra Saemmer. Introduction. Alexandra Saemmer; Nolwenn Tréhondart. Livres d'art numériques, de la conception à la réception., Hermann Éditions, pp.5-22, 2017, 9782705694159. hal-02321607

**HAL Id: hal-02321607**

**<https://hal.science/hal-02321607>**

Submitted on 23 Oct 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Nolwenn Tréhondart, Alexandra Saemmer**

Introduction à l'ouvrage : *Le livre d'art numérique, de la conception à la réception*, Hermann, 2017

## INTRODUCTION

En 2017, le livre résiste encore à sa numérisation ; la lecture, quant à elle, reste associée au papier. Certes, les supports numériques nomades – tablettes et smartphones – invitent, par leur taille et la qualité de leurs écrans, à des pratiques qu'il faut bien qualifier de « lecture » tant elles restent fondées sur une activité de déchiffrement de signes textuels. Mais plusieurs études effectuées ces dernières années montrent que, pour les usagers de ces supports, ces pratiques relèveraient plutôt de la « consultation » ou de la « consommation » (Zunigo, Gaudric, Mauger, 2013), et se situent loin de l'imaginaire de la lecture concentrée et profonde d'un livre papier. Les prophéties des années 2000 qui annonçaient la disparition prochaine du support papier et célébraient l'advenue de formes et de pratiques de lecture radicalement renouvelées se seraient-elles égarées en route ?

Malgré le faible poids du marché français du livre numérique, les discours entourant l'objet continuent à susciter des promesses et à porter des espérances. Les technologies nomades et tactiles permettraient de toucher de nouvelles franges de lecteurs, présentés comme curieux, voire enchantés, par leurs potentialités multimédiatiques :

« Lire sur votre iPad, iPhone, iPod touch ou Mac, c'est exactement comme lire un livre. Mais dès que vous aurez essayé, vous comprendrez vite que cela va bien au-delà. » (Apple<sup>1</sup>)

Aujourd'hui, un Français sur cinq dit avoir déjà lu un livre numérique. La forme la plus vendue est celle du livre « homothétique », dont les contours épousent ceux du livre papier. D'autres livres numériques revêtent des formes plus audacieuses mais aussi plus fuyantes, s'appuyant sur les éléments suivants, ainsi décrits par la législation française : « variations typographiques et de composition, modalités d'accès aux illustrations et aux textes [...], ajouts de textes ou de données relevant de genres différents, notamment sons, musiques, images animées ou fixes, limités en nombre et en importance, complémentaires du livre et destinés à en faciliter la compréhension. » Moins connus que les livres homothétiques, ces livres « enrichis » débordent l'expérience « ordinaire » du livre papier et séduisent de plus en plus de lecteurs (notamment dans le secteur de la jeunesse).

\*\*\*

Si l'édition est la dernière industrie culturelle à prendre le train en marche de la révolution numérique (Benhamou, 2009), il est devenu courant pour les éditeurs de proposer des collections numériques aux côtés de leurs collections papier. Les livres illustrés numériques voient leurs contenus magnifiés par le rétro-éclairage des écrans : ils sont littéralement portés par les esthétiques de l'éblouissement et du surgissement promues par la tablette numérique. Certaines démarches éditoriales

---

<sup>1</sup> Site iBooks d'Apple. Voir sur : <http://www.apple.com/fr/ibooks/>

traduisent une fascination pour les caractéristiques ergonomiques de ces supports qui invitent, par leur sensibilité tactile, à la participation active de l'œil et des doigts. Elles reposent sur une certaine idée de l'innovation et du progrès liée à l'évolution des dispositifs de lecture (notamment l'apparition des tablettes). En novembre 2012, un an à peine après le lancement médiatisé de la tablette iPad en France, paraît aux éditions Albin Michel le « premier livre d'art numérique au monde<sup>2</sup> » : le *Musée imaginaire* de l'historien Paul Veyne sous forme d'un ouvrage enrichi de vidéos, de sons et d'animations et téléchargeable depuis la librairie numérique iBooks d'Apple. Vendu à 9,99 euros, ce livre d'art singulier, héritier des cédéroms culturels, propose à son acheteur de se promener à travers 225 chefs-d'œuvre choisis par l'auteur : le lecteur peut prendre connaissance de longues notices explicatives, plonger au cœur des peintures en activant des liens hypertextes ou se laisser raconter une histoire, en écoutant la voix du professeur honoraire au collège de France commenter les œuvres. Dans la préface-vidéo de l'ouvrage, l'historien invite à s'emparer avec jubilation de ce nouveau format : « J'aime la sensualité du papier », explique-t-il, « mais j'ai découvert la sensualité de la tablette, et, du bout des doigts, je voyage à l'intérieur du tableau. » Suivant ces propos, les contenus du livre d'art numérique semblent se fondre dans la tablette, en être indissociables : en entretenant la confusion terminologique répandue entre *fichier* et *support* numériques, ils font oublier la pesanteur des enjeux économiques liés aux dispositifs de consultation.

Si certains accueillent avec ferveur l'arrivée des technologies numériques dans la profession, comme vecteur d'un renouvellement des pratiques, des éditeurs fustigent l'emprise industrielle du constructeur sur les questions éditoriales et se méfient de l'esthétique Apple qui enferme les contenus dans une prison dorée. La forme finale du livre numérique n'est plus seulement le fruit d'une décision concertée entre l'éditeur, ses auteurs et un imprimeur : elle dépend désormais des directives émises par les producteurs des technologies du numérique, regroupés sous le sigle GAFAM pour Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft.

Le destin du livre numérique est étroitement lié aux jeux de pouvoir de ces multinationales, véritables « industries de la lecture » (Giffard, 2009) fabriquant supports de consultation, outils-logiciels de conception, plateformes de vente en ligne, applications de lecture, et dont l'emprise s'exerce dans l'invisibilité des interfaces de programmation (Cardon, 2015). Leur domination galopante sur les technologies de l'information et de la communication nuance l'idée selon laquelle le livre numérique pourrait incarner une forme de résistance envers le marché traditionnel de l'édition ou matérialiserait, par ses formes et ses pratiques collaboratives d'écriture, une lutte contre les discours d'autorité « supportés » par la facture linéaire du livre papier. Si le livre transmédia ouvert à la participation des lecteurs par l'écriture des contenus est encore présenté comme une mise en cause des discours institutionnalisés, l'étude précise des productions révèle des gabarits technologiques et éditoriaux hautement contraints – sans parler de l'exploitation des données personnelles qui trame de l'intérieur grand nombre d'applications dites « participatives ». L'extension du capitalisme numérique atteint un niveau de concentration jusqu'ici inconnu et pose la question du façonnage des goûts culturels : les contenus artistiques et scientifiques du

---

<sup>2</sup> Ainsi qualifié par son éditeur, Albin Michel.

livre d'art ne sont plus seulement mobilisés pour valoriser le travail d'une institution, mais servent également à magnifier des dispositifs industriels comme l'iPad ou l'iPhone, en les dotant d'une légitimité culturelle.

Olivier Donnat rappelle que « le fait de pouvoir accéder directement aux œuvres et aux contenus culturels sans intermédiaire, dans un contexte général de gratuité, a pu faire croire à une émancipation générale à l'égard des contraintes marchandes et des formes traditionnelles de transmission » (Donnat, 2017, 8). Cette injonction de gratuité à laquelle doivent se plier les œuvres culturelles numériques a tendance à nier la valeur du travail éditorial effectué, alors même que la réalisation d'un livre d'art numérique s'avère souvent plus coûteuse que l'édition d'un livre papier. Pris au piège de la gratuité, le public, quant à lui, exige le plus bas prix, tout en maintenant une forte exigence au niveau de la forme et des contenus. L'industrie culturelle de l'édition d'art semble, par endroits, rejoindre les problématiques de la presse en ligne dans sa recherche d'un modèle économique viable.

L'un des enjeux de cet ouvrage est de sensibiliser le public à ces questions en soulignant la valeur de ces produits éditoriaux numériques, mobilisant connaissances scientifiques, reproductions d'œuvres de haute qualité et expérimentations formelles. Ce n'est pas parce qu'il est soumis à de fortes contraintes industrielles ou que ses usages restent instables que le livre numérique a cessé d'introduire des modalités de perturbation qui font sens au sein même de l'industrie culturelle de l'édition – perturbations qui mobilisent les technologies de l'information et de la communication pour donner le texte et l'image à expérimenter dans leur matérialité numérique, réussissant ainsi à nous les faire « lire » différemment que sur papier. Plus encore que le roman numérisé ou le livre de jeunesse augmenté, le livre d'art numérique est traversé par des champs de tension multiples, entre ambition de scientificité, usage ordinaire lié à la possession valorisante d'un *coffee table book*, injonctions à l'innovation et au numérique dans les musées poussées par une politique volontariste de l'État français, et l'envie réelle de certains éditeurs d'explorer de nouveaux formats pour « prolonger », « augmenter », « enrichir » l'expérience de la visite d'une exposition d'art. Le terme livre d'art numérique semble introduire d'emblée entre le « livre » et le « numérique » un troisième terme particulièrement porteur de promesses. N'est-ce pas le rôle de l'art, en effet, d'introduire des perturbations significatives dans les discours galvaudés, les formats prescrits, les allants de soi ? Le livre d'art semble, en principe, constituer un terrain d'expérimentation idéal pour le livre numérique, un lieu d'exploration sans limites. C'est pourquoi l'association étroite, établie par les publics, entre le numérique et des pratiques de « consommation » nécessite de problématiser les imbrications réelles entre institutions publiques et industries numériques. Il nous a semblé essentiel de soumettre à un examen critique les discours d'accompagnement prônant la modernité et l'innovation à tout prix, les traces que ces discours laissent dans les pratiques déclarées par les concepteurs et les publics, ainsi que leur matérialisation dans les briques de design du livre d'art numérique.

\*\*\*

Pour illustrer ces tiraillements, ces croisements d'intérêts au carrefour d'enjeux esthétiques et économiques, nous avons choisi de nous intéresser *aux* livres d'art numériques dans leur diversité : le livre homothétique reproduisant fidèlement la forme du livre papier ; le livre numérique « enrichi » de vidéos et de sons qui se réfère au papier tout en se rapprochant du site Web ou du magazine d'art en ligne (comme l'e-album *Niki de Saint Phalle*, analysé par **Élodie Tristant**, ou le catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*, analysé par **Nolwenn Tréhondart et Alexandra Saemmer**) ; des ouvrages plus expérimentaux édités par la société Art Book Magazine (analysés par **Lucile Haute**) ; jusqu'aux livres « augmentés » de QR codes et aux compagnons de visite « transmédias » et géolocalisés, faisant appel à la participation des publics pour la création de parcours et de contenus personnalisés (présentés et analysés dans le chapitre de **Sébastien Appiotti**). Certains de ces livres d'art numériques ont pour mission de valoriser la visite de l'exposition dans l'enceinte du musée et se rapprochent de la tradition de l'audio-guide. D'autres ont comme objectif d'instruire le lecteur en amont et en aval de l'expérience de visite et rejoignent les ambitions traditionnelles du catalogue d'exposition papier.

Le livre d'art tel que nous l'entendons se distingue du livre d'artiste. Si ce dernier est souvent fabriqué en dehors des circuits industriels de l'édition, le livre d'art ou le catalogue d'exposition est traditionnellement produit par les grandes maisons d'édition et les institutions culturelles, notamment les musées. En tant que production culturelle mobilisant les technologies de l'information et de la communication, il répond à des critères économiques et est engagé dans des processus de « négociation » traversés de tensions multiples.

L'enquête menée par **Sylvie Bosser** dans son chapitre « Prédominance de l'objet-livre face aux pratiques d'édition numérique. État de l'art dans le secteur des beaux livres » dessine avec précision le champ socio-économique naissant du livre d'art numérique en regard de l'édition d'art traditionnelle, marché en crise caractérisé par la concurrence de l'Internet donnant « gratuitement » accès à des millions d'images. La complexité des freins financiers, technologiques, esthétiques et culturels touchant le secteur l'oblige à se réinventer en permanence et à questionner la forme traditionnelle du « livre d'art ». Le désir de certains éditeurs d'explorer de nouveaux formats doit composer avec les contraintes liées au dispositif (normes industrielles, formes prescrites, éphémérité programmée...), mais aussi avec l'adhésion toujours forte des éditeurs et du public au « beau » livre sur support papier, caractérisé par ses finitions soignées, sa matérialité livresque.

Si les éditeurs hésitent encore à investir dans l'expérimentation et la production à grande échelle, les musées y sont en revanche poussés par l'injonction à l'innovation qui pèse sur les institutions culturelles. Le monde de la culture propose une offre diversifiée d'artefacts numériques dans laquelle le non-expert peut avoir peine à se retrouver : e-album, e-catalogue, application d'art, application d'exposition, application officielle, livre d'art numérique, catalogue d'exposition numérique, application pour tablette... Ces produits culturels entrent dans la gamme des services à distance et permettent, disent leurs concepteurs, de « visiter une exposition sur tablette », de « toucher l'art du bout du doigt », en invitant chacun à « devenir acteur de son expérience culturelle ». La RMN-Grand Palais et le Centre



contradictions. Notre étude collective proposait de relever à la fois les propositions faites par les médias sur le dispositif, les imaginaires des concepteurs et les pratiques des lecteurs, dans une conjonction de méthodologies visant à faire émerger les champs de tensions entre attentes, modélisations des pratiques et représentations.

Ce projet a réuni des laboratoires de recherche universitaires (Cemti, Paragraphe, Elico), une grande école d'art (École nationale supérieure des Arts décoratifs), deux partenaires muséaux (Réunion des musées nationaux, Centre Georges-Pompidou) et un établissement culturel public (Bibliothèque publique d'information, Bpi). Il impliquait Agnès Camus, Muriel Amar, Christophe Evans (Bpi), (Alexandra Saemmer, Sylvie Bosser, Élodie Tristant (CEMII, université Paris 8), Nolwenn Tréhondart (Paragraphe, université Paris 8), Thomas Bijon (Réunion des musées nationaux), Gonzague Gauthier (Centre Georges-Pompidou), Françoise Paquienséguy, Manuel Dupuy-Salle, Agnieszka Tona (Elico, université de Lyon), Mathilde Miguët (université de Nantes), Lucile Haute, Pauline Gourlet, Ferdinand Dervieux, Juliette Mancini (École nationale supérieure des Arts Décoratifs).

S'est nouée, au fil des années du projet, une relation de confiance entre les chercheurs universitaires, les jeunes chercheurs et les partenaires institutionnels, dont témoignent à la fois l'entretien que le responsable des éditions numériques de la RMN-GP a accepté de nous accorder, mais aussi la mise en œuvre de dispositifs d'enquête croisés qui tressent des fils entre les différentes approches : l'analyse des politiques éditoriales et de médiation ; l'étude sémio-rhétorique des formes et figures visibles, lisibles et manipulables du texte et de l'image sur la surface de l'écran ; l'étude des pratiques de réception par les publics et la formation des usages. L'ouvrage intègre aussi la question du design expérimental et du design critique située au cœur des enjeux de développement du secteur de l'édition numérique. Le « dictionnaire amoureux » produit par la Réunion des musées nationaux et dédié à l'œuvre du peintre Fragonard a été réalisé en collaboration avec une équipe de designers de l'École nationale d'arts appliqués EnsAD, au terme d'une période d'intenses négociations avec les contraintes de l'outil. L'une des conceptrices, **Pauline Gourlet**, en rend compte dans son chapitre « Donner forme à l'éléphant. Le design comme interface ». Sa proposition, en elle-même, est expérimentale : sous la forme d'un « roman graphique », elle formalise le processus de conception du point de vue, forcément partiel mais clairement assumé, du designer. Ces planches graphiques insérées dans le cahier couleurs peuvent être utilisées comme un outil ludo-pédagogique favorisant la pratique d'un design « réflexif ». Elles sont suivies d'un cahier couleur mis en forme par **Lucile Haute**, qui présente un corpus de livres d'art numériques, représentatifs des questionnements et des évolutions du secteur.

L'un des objets centraux de cette recherche collective est le catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*, produit et diffusé par la Réunion des musées nationaux en 2012. Celui-ci modélise des pratiques diverses : feuilletage rapide, lecture concentrée et réflexive, visionnage d'un discours pré-enregistré, exploration des textes et des images par le toucher... Cette diversité de pratiques ne reflète pas seulement l'absence de certitudes qui caractérisent le secteur du livre numérique et la volonté des concepteurs de tester les limites et les horizons d'attente de leur lectorat : elle illustre aussi l'histoire du

livre d'art, objet protéiforme par excellence, qui accueille des discours d'artistes et d'historiens de l'art, des analyses d'œuvres et des éléments biographiques, des reproductions grand format et des explications techniques, comme le rappellent à juste titre **Muriel Amar et Agnès Camus** dans leur chapitre « *Lost in médiation ? Une étude d'usage des e-albums d'exposition* ». Le catalogue d'exposition relève du beau livre, mais il constitue également un produit « dérivé » de l'exposition d'art. Livre d'art, il est également produit d'institution : il incarne la mission du musée en tant que « service public », censé « élever le niveau des masses par l'instruction » (Leinman, 2014, p. 52-53) et doit donc se mettre au niveau du public, en rendant la culture accessible. L'ambition de scientificité incarnée par les auteurs, conservateurs et historiens de l'art et héritée de la longue histoire du catalogue d'exposition papier, se mêle toujours à l'usage ordinaire, qui relève plus du feuilletage que de la lecture concentrée, plus de l'exhibition sur une belle étagère que de l'acquisition patiente de connaissances, ayant ainsi donné lieu au qualificatif dépréciatif de *coffee table book*. **Lucile Haute** dans son chapitre – « Design des catalogues d'exposition sur supports numériques : études de cas » – interroge le devenir de cette caution de scientificité lors de la migration sur support numérique.

De son côté, **Sylvie Bosser** fait remarquer, en recourant à Rifkin (2000), que l'économie numérique a provoqué un changement de paradigme qui met, entre autres, le service et non plus la possession au centre de la valeur. Le livre d'art continue pourtant à évoquer l'idée de propriété personnelle. Pour nombre d'éditeurs qu'elle a interrogés, non seulement « le sentiment d'acquisition n'est pas le même avec un livre numérique », mais il s'agit aussi de savoir si l'on « n'est pas en train de nier la part même, la forme même, du beau livre en le publiant sous format numérique ». Comme le montre **Christophe Evans** dans son chapitre consacré aux pratiques de lecture contemporaines – « Expériences de lectures numériques. Remarques tirées des programmes d'étude de la Bpi » –, l'imprimé conserve une place de choix dont la valeur dépend non seulement du type de lecture mais aussi de la valeur symbolique accordée aux pratiques de lecture : « C'est aussi une question d'image de soi. Avoir une bibliothèque avec des beaux livres représente ce que l'on est », fait remarquer une enquêtée. Les lecteurs de catalogues d'exposition réunis en *focus groups* par **Muriel Amar, Agnès Camus et Nolwenn Tréhondart** ou questionnés en entretiens individuels par **Élodie Tristant** dans son chapitre – « À la recherche du « vrai objet » : réactions du public face à l'e-album *Niki de Saint Phalle* » –, insistent à plusieurs reprises sur le sentiment de possession lié à la matérialité du livre d'art papier, son appartenance à une collection physique d'objets, autant d'éléments d'appréciation difficiles à retrouver en format numérique.

Ces interrogations rejoignent celles des praticiens impliqués dans notre projet : dans sa contribution, **Lucile Haute** oppose la stabilité du livre à la labilité de l'écran et évoque le problème posé par l'absence de certaines informations proprioceptives concernant le volume matériel ou l'épaisseur du livre lorsque celui-ci migre du papier à l'écran. Cette matérialité, sur laquelle repose la sensibilité livresque, n'est-il pas dès lors possible, s'interroge **Thomas Bijon** dans son entretien, de la réinventer en travaillant le design du livre numérique, ce livre « qui réagit quand on le caresse » ? Le livre d'art numérique offrirait l'opportunité de renouveler la relation sensible à la lecture et aux œuvres, en impliquant le corps du lecteur, en lui permettant de la toucher du bout des doigts. Certains couplages entre gestes et contenus

textuels ou iconographiques aident l'utilisateur à se raccrocher à des usages triviaux préexistants comme les pratiques de « feuilletage », plébiscitées et attendues par les lecteurs que nous avons rencontrés. Dans leur chapitre « Approche socio-sémiotique du catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre* », **Alexandra Saemmer et Nolwenn Tréhondart** identifient certaines de ces « unités pro-manipulatoires » qui rappellent l'utilisation d'une loupe ou le feuilletage d'un album photographique. Si elles sont le plus souvent accueillies avec enthousiasme par les lecteurs, elles révèlent aussi la facilité avec laquelle se sont « naturalisées » les conventions gestuelles imposées par les constructeurs de tablettes, comme les nouveaux allants de soi tactiles et conviviaux de la lecture numérique. D'autres couplages entre gestes et contenus préfigurent une lecture plus immersive. Thomas Bijon appelle *motion design* la recherche d'une relation plus étroite entre un contenu et la manière dont le lecteur pourra le manipuler. Le dictionnaire animé consacré au peintre Fragonard joue avec ce potentiel d'action du texte numérique, en cherchant à susciter auprès du lecteur l'envie presque irrésistible de plonger dans les mots du sommaire en les touchant des doigts. Ces effets d'animation parfois vertigineux reflètent aussi l'attrance et l'admiration des concepteurs pour l'aspect « luxueux », ostentatoire, de l'objet tablette et les innovations technologiques qu'elle met au service des contenus d'art : « C'est Apple qui a vraiment construit les conditions et les outils pour favoriser le *motion design*. Ce qu'Apple a inventé, ce sont les mouvements d'accélération sur l'interface. L'élasticité dans les mouvements exprime des choses et rend des effets de matérialité et de beauté », affirme Thomas Bijon, tout en problématisant l'emprise que les grandes firmes du numérique exercent ainsi sur les produits éditoriaux : « C'est inquiétant, c'est vrai, de se dire que l'avenir du beau livre numérique aujourd'hui se résume à restituer à Apple 30 % de nos chiffres de vente ! »

Certains lecteurs dans nos *focus groups* ont dit vouloir se « plonger » avec délice dans un univers narratif, désireux d'entrer en empathie avec les personnages d'un tableau, mais aussi de les déplacer, de les manipuler. L'interactivité recèle la promesse de « toucher l'art du bout des doigts », voire, comme le montre **Sébastien Appiotti** dans son chapitre « La fabrique à créativité. De la co-conception à la modélisation des pratiques visuelles dans les applications muséales participatives », de « rentrer dans la peau de l'artiste » Ces promesses sont encore explorées avec prudence dans la majorité des livres d'art numériques que nous avons étudiés, tant les concepteurs redoutent un effet « gadget », et l'accusation de ludicité qui risquerait d'entamer la caution scientifique attribuée à la mission d'instruction du public.

Le livre d'art numérique est-il le symbole d'une modernité désirée ou d'une marche forcée ? Offre-t-il un dynamisme rafraîchissant ou une « fatale accélération » ? L'injonction de modernité à laquelle sont soumis les musées se heurte, quoi qu'on en dise, à la démocratisation *réelle* des pratiques. Depuis plusieurs décennies, des « injonctions modernistes » (Joëlle Le Marec, 2012, 169) se multiplient pour que les institutions culturelles se « renouvellent », proposent des « expériences inédites ». Le musée est censé devenir plus « vivant », plus « ouvert » et l'innovation numérique est posée comme synonyme de cette modernité. **Sébastien Appiotti** montre dans sa contribution que, dès le début des années 2000, des institutions comme le Grand Palais, le château de Versailles ou le Museon Arlaten ont mis en place des

« compagnons de visite » multimédias pour répondre à ces injonctions, qui se justifient par la nécessité de mettre en place une « culture de proximité », de rendre l'art accessible à des publics plus larges, nécessairement adeptes des nouvelles technologies nomades.

Pourtant, le livre d'art numérique ne peut définitivement pas être présenté comme un outil de démocratisation des pratiques culturelles et artistiques. Plusieurs études empiriques convoquées dans le présent ouvrage montrent que les acheteurs de ces productions sont à 51 % des retraités (le plus souvent au féminin), diplômés au moins Bac+5 pour la moitié d'entre eux. Ces chiffres prouvent que l'accès à la culture rendue possible par le numérique n'a pas fait disparaître des distinctions profondément ancrées dans la société française, malgré les discours d'accompagnement associant fréquemment support numérique et public jeune. L'accès même à ces productions n'est pas aussi simple qu'on voudrait le faire croire. Au lieu d'abattre les barrières, la nécessité de posséder une tablette tactile, souvent un iPad de la marque Apple, ou un smartphone dernier cri, pour pouvoir télécharger des livres d'art numériques, constitue en réalité une barrière supplémentaire à la démocratisation de la culture. Sans compter que cet équipement doit être régulièrement renouvelé pour permettre d'accueillir de nouveaux formats : la plupart des livres d'art numériques publiés par la RMN-GP, par exemple, ne sont plus compatibles avec le premier modèle de l'iPad. Enfin, le lecteur doit maîtriser la terminologie et le fonctionnement de l'Apple Store ou d'iTunes pour se repérer dans l'offre éditorial, et installer les objets éditoriaux sur sa tablette et/ou son smartphone. Certains des lecteurs interrogés dans le cadre de notre projet de recherche se sont montrés très critiques envers ces formes de distinction sociale qu'induit l'alliance inexorable du livre d'art numérique et des dispositifs de lecture industriels fort coûteux.

Il persiste donc, comme le fait remarquer **Sylvie Bosser**, un hiatus entre ce que l'on *peut* faire, en termes de technologies, et *l'horizon d'attente* d'un public qui, pour le moment, correspond à l'image de l'amateur d'art plutôt âgé, instruit, mais loin de l'imaginaire *geek*. Les éditeurs imaginent un marché « tiré par la nouveauté » : les lecteurs achèteraient des applications culturelles parce qu'ils viennent d'acquérir un iPad et qu'ils auraient envie d'explorer ses possibilités techniques. Face à ces projections, les lecteurs que nous avons pu rencontrer, brandissent, il est vrai, l'argument de la qualité de reproduction des images dont le rendu serait « magnifié » par la tablette : le livre d'art numérique aurait d'abord comme fonction de faire accéder à une « vision augmentée » de l'art, grâce notamment à la possibilité d'agrandir les images avec la « loupe » créée par l'écartement des doigts. Mais, confrontés à des expérimentations plus audacieuses, comme la structure hypertextuelle du catalogue *Hopper* (voir analyse détaillée dans le chapitre de **Nolwenn Tréhondart et Alexandra Saemmer**), ou des prototypes de livres littéraires enrichis soumis à des lecteurs dans le cadre d'un autre projet de recherche de la Bpi (voir le chapitre de **Christophe Evans**), les avis des lecteurs se montrent plutôt partagés : si les uns affirment leur envie de « se perdre », de « devoir fournir un effort pour comprendre », d'autres expriment leur frustration et affirment qu'une structure aussi complexe n'est pas adaptée à leurs habitudes sur support numérique. « Faut-il développer une offre pour déclencher une demande ou faut-il attendre la demande pour bâtir une offre ? », se demande alors **Sylvie Bosser**. L'examen des formes éditoriales et des figures rhétoriques du catalogue d'exposition *Hopper* dans le

chapitre **d'Alexandra Saemmer et Nolwenn Tréhondart** montre aussi le besoin de scénarisation qui fait encore défaut à nombre de ces productions culturelles et dont l'absence explique en partie les résistances des lecteurs.

Car l'enjeu clé est bien celui de la modélisation des usages. Comme l'explique Colette Leinman (2014, 58), l'édition d'art s'inscrit dans un mouvement large de mise en cause de la place des « intermédiaires savants », qui, ces quarante années passées, auraient exercé une domination sur les contenus du catalogue d'exposition en imposant leur discours d'autorité. Nos études détaillées montrent que le livre d'art numérique n'exclut pourtant pas systématiquement le discours savant nécessitant une lecture longue et concentrée. De même, les pratiques de lecture collaboratives et sociales souvent présentées comme des allants de soi de la lecture numérique sont loin de constituer des évidences pour les concepteurs et les lecteurs. L'e-album d'exposition *Niki de Saint-Phalle* et le catalogue numérique *Edward Hopper* en offrent plusieurs exemples. Des pratiques de lecture rapides, laissant « la main » au lecteur, sont censées contrebalancer les parties exigeant concentration et temps prolongé de lecture. Si le catalogue *Hopper* suggère par exemple, sur sa page de garde, au lecteur de choisir librement son parcours dans l'application en proposant d'entrer dans une image au choix, et si la plupart des lecteurs interrogés se félicitent de cette suggestion d'affranchissement par rapport à l'autorité savante du commissaire d'exposition, la suite de l'exploration plonge le lecteur dans une séquence audiovisuelle non manipulable, rappelant l'audio-guide ou l'émission de télévision culturelle, où le lecteur est de nouveau « pris en main ». **Thomas Bijon** invente l'expression de « graphisme de la respiration » pour caractériser ces intervalles, ces temps plus ou moins longs où le lecteur aurait envie de lâcher prise, après des phases d'exploration exploitant les désirs contemporains d'accélération, d'autonomie et de fragmentation.

Comment imaginer les pratiques de lecture de publics dont on ne sait pas toujours si elles s'effectueront *avant*, *pendant* ou *après* la visite de l'exposition ? Les lecteurs-visiteurs que nous avons interrogés ne font pas forcément la différence entre l'audioguide sur support mobile et l'e-album d'exposition, mais ils expriment des attentes différentes selon leurs projets de visites culturelles. Certains ont verbalisé l'envie de prendre leur temps et d'optimiser la préparation de la visite d'une exposition grâce à ces objets culturels. Ils dénoncent les expositions à forte affluence qui les empêchent d'approcher de près certaines œuvres exposées (voir les chapitres de **Muriel Amar et Agnès Camus** et **d'Élodie Tristant**). La foule gâche parfois le plaisir de la visite *in situ* et le livre d'art numérique permettrait de rattraper le coup « tranquillement, chez soi ». Pendant la visite, le livre d'art numérique se trouve, en revanche, investi de la fonction d'un audio-guide personnalisé. Rares sont les visiteurs qui se promènent au musée un iPad à la main, et les éditeurs muséaux misent donc plutôt sur les « compagnons de visite » sur smartphones pour répondre aux attentes *in situ*. Les applications culturelles de visites sont, comme le montre **Sébastien Appiotti**, équipées de fonctionnalités spécifiques cherchant à capturer l'attention des publics. Le design éditorial de l'attention en milieu muséographique tend à substituer la notion d'expérience celle de visite. À la rencontre directe avec l'objet d'art succèdent les injonctions « vibratoires » à la participation, à la création et à la médiatisation, promues par les architextes des outils-logiciels de

conception et autres corsetages et standardisations des industries numériques. Certaines de ces applications proposent au visiteur de composer son propre parcours dans l'exposition et de s'affranchir du discours d'autorité du commissaire. « Le visiteur est-il plus actif lorsqu'il manipule un dispositif technique que lorsqu'il lit un panneau d'exposition ? Rien n'est moins sûr », fait remarquer **Sébastien Appiotti**. L'idéologie de l'*empowerment* rejoint ici, derrière la promesse de libération, des enjeux marketing évidents – la récolte de données sur les préférences du visiteur, sa « mise au travail » pour concevoir de futures offres au plus près possible de ses appétences.

\*\*\*

Malgré son jeune âge, l'objet « livre d'art numérique » n'est pas épargné par les enjeux de domination touchant le secteur des industries culturelles. La déconstruction des discours d'accompagnement idéologiques qui accompagnent l'imposition du numérique dans les secteurs de l'éducation et de la culture reste un objectif fondamental dans les années à venir.

Sans être un plaidoyer inconditionnel, cet ouvrage n'est pas pour autant un chant funèbre : l'examen attentif des objets montre que les éditeurs modélisent aussi des espaces contre-idéologiques, des zones de dissonances et d'improvisation dans certaines de leurs productions. À l'heure actuelle, le livre d'art numérique s'expérimente, s'explore, se découvre, et est bien loin d'avoir stabilisé ses formes, ses modèles de production et de diffusion. L'objet perturbe l'industrie culturelle de l'édition et résiste à sa disparition programmée : stimulé peut-être par les pressions industrielles et l'inconnu des usages, il bouscule les codes en proposant des associations inédites entre les sens de la vue, de l'ouïe et du toucher.

Quant aux publics, eux aussi résistent, plus qu'on ne le pense peut-être, aux séductions faciles de la spectacularisation de l'art par le numérique. La mise en situation de réception de certains de ces objets nous l'a montré. Les lecteurs cherchent des productions qui les prennent au sérieux, en tant que lecteurs et en tant qu'amateurs d'art. Ils se montrent sur leurs gardes face aux dérives d'un design éditorial épousant de trop près les prescriptions des grandes firmes du numérique et décèlent les chants de sirènes d'une médiation expérientielle cachant mal les enjeux marketing qui la trament de l'intérieur. S'ils cherchent peut-être, par moments, une immersion dans des contenus qui leur font oublier le dispositif technologique, ils ne confondent pas le plaisir ludique avec une foire aux sensations. Certes, ils veulent être surpris, qu'on leur propose des « expériences » nouvelles (voir le chapitre de **Christophe Evans**). Mais la substance même du livre d'art – une facture soignée, mettant en valeur les œuvres et proposant un discours érudit – reste au centre de leurs discours, témoignant d'une résistance face aux allants de soi d'une lecture numérique souvent désignée comme superficielle et fragmentée, et esquissant peut-être l'ébauche d'une culture critique du design numérique.

### ***Références bibliographiques***

BENHAMOU Françoise, « Le livre numérique. Ni tout à fait le même, ni tout à fait un autre... », *Esprit*, n° 3, 2009, p. 73-85.

CARDON Dominique, *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Le Seuil, 2015.

- DONNAT Olivier « La question du public, d'un siècle à l'autre », *Culture et Recherche Les publics in situ et en ligne*, n° 134, hivers 2016-2017, p. 6-9
- GAUDRIC Paul, MAUGER Gérard, ZUNIGO Xavier, *Lectures numériques. Une enquête sur les grands lecteurs*, Villeurbanne : Presses de l'Enssib, 2014.
- GIFFARD Alain (2009), « Des lectures industrielles », in STIEGLER Bernard, GIFFARD Alain, FAURE Christian (dir.), *Pour en finir avec la décroissance. Quelques réflexions d'Ars Industrialis*, Flammarion, p. 115-207.
- GUILLOU Catherine, « L'application numérique du Centre Pompidou », *Culture et Recherche, Les publics in situ et en ligne*, n° 134, hivers 2016-2017, p. 79-81.
- JACOBI Daniel. « Exposition temporaire et accélération : la fin d'un paradigme ? », *La Lettre de l'OCIM*, 150 | 2013, mis en ligne le 29 novembre 2015. URL : <http://ocim.revues.org/1295> ; DOI : 10.4000/ocim.1295
- LE MAREC Joëlle, *Publics et musées. La confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan, 2012.
- Légifrance (2011-b), décret n° 2011-1499 du 10 novembre 2011 pris en application de la loi n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2011/11/10/MCCE1126876D/jo/texte>
- LEINMAN Colette. « Qu'est-ce qu'un catalogue d'exposition ? », in *Les catalogues d'exposition surréalistes à Paris 1924-1939*, Amsterdam ; New York (N.Y.) : Rodopi, 2014, p. 24-60.
- RIFKIN Jeremy, *L'âge de l'accès. La révolution de la nouvelle économie*, Paris, La Découverte, coll. « Cahiers libres », 2000.