



HAL
open science

Le design éditorial des livres d'art numériques, au prisme de leurs pratiques de conception et de réception

Alexandra Saemmer, Nolwenn Tréhondart

► To cite this version:

Alexandra Saemmer, Nolwenn Tréhondart. Le design éditorial des livres d'art numériques, au prisme de leurs pratiques de conception et de réception. 14e Conférence internationale Hypertextes et hypemédias. Produits, outils et méthodes (H2PTM'2017). Le numérique à l'ère des designs (contenus, interactions, espaces, environnements, services, objets, œuvres, programmes..): de l'hypertexte à l'hyper-expérience, Laboratoire Paragraphe (Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis, Université de Cergy-Pontoise); Gripic (Celsa); DeVisu (Université de Valenciennes); Dicen IDF (Conservatoire national des arts et métiers, Université Paris-Est Marne-la-Vallée, Université Paris-Nanterre); Elliadd (Université de Franche-Comté); Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine), Oct 2017, Valenciennes, France. pp.187-206. hal-02321626

HAL Id: hal-02321626

<https://hal.science/hal-02321626v1>

Submitted on 21 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.

Le design éditorial des livres d'art numériques, au prisme de leurs pratiques de conception et de réception

Alexandra Saemmer*, Nolwenn Tréhondart **

* *Centre d'études sur les médias et l'internationalisation (CEMTI), université Paris, 2 rue de la Liberté, 93526 Saint-Denis
alexandra.saemmer@univ-paris8.fr*

** *Centre de recherche sur les médiations (CREM), université de Lorraine, Île du Saulcy, BP 60228, F-57045 Metz Cedex*

nolwenn.trehondart@univ-lorraine.fr

RÉSUMÉ. Notre projet de recherche collectif « Catalogues d'exposition augmentés : zones de test » avait comme objectif de proposer une première réflexion sur le livre d'art numérique en France, couplant de manière transversale et pluridisciplinaire l'étude de ses pratiques de conception et de réception avec l'analyse de ses formes et figures éditoriales. Le projet a fait appel à plusieurs domaines de la recherche en sciences de l'information et de la communication : l'analyse des politiques éditoriales et de médiation ; l'étude sémiotique 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 ; et, enfin, la conception prototypale. Notre contribution propose un aperçu des résultats du projet ; elle met le focus sur la convergence engagée entre l'approche sémiotique du design éditorial et l'étude des processus de conception et de réception.

ABSTRACT. Our collaborative research project "Augmented exhibition catalogs: test areas" proposed a first reflection on the field of digital art book in France. It coupled in a transversal and multidisciplinary way the study of design and reception practices and the analysis of editorial forms and rhetorical features. The project relied on several areas of research in information and communication sciences: the analysis of editorial policies and mediation; the semiotic study of the visible, readable and touchable forms and features of texts and images on the surface of the screen; the study of reception practices by the public; and, finally, the design and creation process. Our contribution offers an overview of the results of the project which focuses on the convergence between the semiotic approach of editorial design and the study of creation and reception processes.

MOTS-CLÉS : Design éditorial, livre d'art, livre numérique, pratiques de lecture, pratiques de conception, sémiotique sociale.

KEYWORDS: Publishing, digital art book, digital reading practices, design practices, social semiotic.

1. Introduction

Fin 2012, un an après le lancement de la tablette iPad en France, est publié aux éditions Albin Michel le « premier livre d'art numérique au monde¹ » : l'historien Paul Veyne y expose son *Musée imaginaire* sous la forme d'un ouvrage enrichi de vidéos, de sons et d'animations, téléchargeable depuis la librairie numérique iBooks d'Apple. Vendu au prix de 9,99 euros, il réunit 225 chefs-d'œuvre choisis et commentés par l'auteur. Dans la préface vidéo, Paul Veyne invite son lecteur à s'emparer de ce nouveau format « de poche » pour livre d'art : « 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. »

De plus en plus d'éditeurs d'art ont lancé, sur les traces d'Albin Michel et de Paul Veyne, des « collections numériques », qui affichent l'ambition de questionner la forme traditionnelle du beau livre d'art. Le monde de la culture et des musées s'investit également dans ce nouveau segment éditorial : dix-huit ans après l'essor (et le déclin) des CD-Roms culturels, des équipes *e-publishing* vendent (ou distribuent gratuitement) des catalogues et albums d'exposition numériques – appelés respectivement « e-catalogues » et « e-albums » d'exposition, en fonction de la densité des informations qu'ils contiennent. Des dizaines de ces objets éditoriaux ont été ainsi produits par la RMN-Grand Palais et le centre Georges-Pompidou entre 2010 et 2016.

La RMN-Grand Palais a, en 2014, comptabilisé 95 000 téléchargements, tous formats confondus, de ces applications culturelles numériques. Même si ce chiffre paraît impressionnant, rares sont encore les lecteurs qui disent avoir consulté un « beau livre » numérique enrichi de vidéos et de sons, tel que celui de Paul Veyne. Les éditeurs préfèrent alors rester prudents, et considèrent pour le moment les livres d'art numériques comme des « coups marketing » valorisant leur image auprès du grand public (en termes de dynamisme, d'innovation, etc.). L'éditeur Thomas Bijon de la RMN-Grand Palais reconnaît ainsi ne pas faire de bénéfice avec les livres d'art numériques : l'enjeu serait plutôt, d'une part, de former les équipes au « vocabulaire et à la grammaire du livre numérique² », et, d'autre part, d'offrir au visiteur d'exposition « un service » permettant de « toucher l'art du bout du doigt », de « devenir acteur de son expérience culturelle³ ».

Les livres d'art numériques se situent au carrefour de multiples intérêts esthétiques, économiques et technologiques. Alors qu'ils prétendent réinventer les formes traditionnelles du beau livre, ils sont aussi des « produits dérivés » intégrés au plan de communication de l'institution, dans une période où l'événementiel, la course à l'audience et l'accélération des pratiques (Jacobi, 2013) rapprochent de plus en plus les normes de production des institutions culturelles de celles des industries

¹ Ainsi qualifié par son éditeur, Albin Michel. Voir le chapitre de Sylvie Bosser dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017)

² Entretien publié dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

³ *Ibid.*

culturelles. La fragilité éditoriale et industrielle des livres d'art numériques, la volatilité de leurs usages, leur positionnement hybride entre produit marketing et ouvrage savant, expliquent sans doute pourquoi ils ont, jusqu'alors, donné lieu à peu d'études universitaires : « Si le nombre d'applications culturelles augmente de manière exponentielle, rares sont encore les évaluations qui s'y réfèrent et portent plus largement sur les transformations que les outils digitaux opèrent (ou non) dans la relation au savoir et à l'institution », commente Catherine Guillou, responsable numérique du centre Georges-Pompidou (2017, p. 79).

Le projet de recherche « Catalogues d'exposition augmentés : zones de test », soutenu par le laboratoire d'excellence Arts-H2H entre 2013 et 2015, avait comme objectif de proposer un premier état de l'art du livre d'art numérique en France, couplant de manière transversale et pluridisciplinaire l'étude de ses pratiques de conception et de réception et l'analyse de ses formes et figures éditoriales. Le projet a fait appel à plusieurs domaines de la recherche en sciences de l'information et de la communication : l'analyse des politiques éditoriales et de médiation ; l'étude sémiotique 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 ; et, enfin, la conception prototypale (Saemmer, Tréhondart, 2017, p. 12).

Notre contribution à H2PTM 2017 propose un aperçu des résultats du projet qui met le focus sur la convergence engagée entre l'approche sémiotique du design éditorial et l'étude des processus de conception et de réception.

2. Méthodologie : vers une sémiotique sociale des artefacts culturels numériques

Nous sommes parties du constat qu'à l'instar de tout livre numérique enrichi les catalogues d'exposition numériques sont « tiraillés entre la tradition du livre papier, des innovations imaginées par leurs éditeurs parfois si audacieuses qu'elles peuvent déconcerter le lecteur et une réception caractérisée par une grande fluctuation » (Saemmer, Tréhondart, 2017, p. 11). Pour étudier les raisons de ce tiraillement, il ne nous paraissait pas suffisant de nous concentrer sur les caractéristiques formelles de l'artefact. Nous avons d'abord trouvé nécessaire d'engager une réflexion sur le dispositif de lecture qui accueille les livres d'art numériques (tablettes ou smartphones), et de nous intéresser à la négociation avec les normes industrielles et formes esthétiques « prescrites » par ces dispositifs. Il s'agissait également de positionner le livre d'art numérique dans l'industrie culturelle de l'édition, avec ses contraintes socio-économiques, et d'interroger leur croisement avec les politiques culturelles publiques des institutions comme le centre Georges-Pompidou et la RMN-Grand Palais.

Inscrivant notre démarche d'analyse dans les courants pragmatiques de la sémiotique, nous sommes par ailleurs parties du principe que les formes et figures des livres d'art numériques ne sont pas accessibles « telles quelles » au lecteur, mais que l'interprétation se trouve nécessairement guidée par des représentations, horizons d'attente, habitudes et allants-de-soi, en amont et pendant la lecture. Notre

4 Nom de l'ouvrage

objectif était alors de faire intervenir ces représentations, horizons d'attente, habitudes et allants-de-soi, collectés à l'aide d'entretiens avec des concepteurs et de *focus groups* avec des récepteurs⁴, à chaque étape de l'analyse sémiotique des livres d'art numériques de notre corpus.

La recherche collective au sein du projet a pris, d'une part, la forme de dix entretiens avec des éditeurs de livres d'art situés en dehors du cercle des institutions muséales. Cette enquête menée par Sylvie Bosser⁵ dessine avec précision le champ socio-économique dans lequel se trouve, à l'heure actuelle, l'édition d'art numérique. Nolwenn Tréhondart a mené une enquête auprès de trente concepteurs de livres numériques, dont certains travaillent au sein d'institutions muséales (Tréhondart, 2016). S'est nouée, au long des deux années du projet, une relation de confiance dont témoignent les entretiens que le responsable des éditions numériques de la RMN, Thomas Bijon, nous a accordés pour parler de sa pratique de conception⁶. Les deux groupes de discussion avec des lecteurs de livres d'art numériques ont été menés et exploités par Muriel Amar, Agnès Camus⁷ et Nolwenn Tréhondart. Une partie des discours récoltés a été mobilisée dans notre étude sémiotique du catalogue numérique *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre* (Saemmer, Tréhondart, 2017) édité par la RMN-Grand Palais en 2013.

Dans cette analyse⁸, nous nous sommes particulièrement intéressées aux « unités éditoriales », grandes formes graphiques qui accueillent le lecteur sur la page-écran. Nous avons considéré ces propositions graphiques comme des « potentiels d'action » (Iser, 1995), des modélisations de pratiques, qui s'actualisent plus ou moins en situation de réception. Il ne s'agissait pas tant de juxtaposer les interprétations que nous avons réalisées en tant que sémioticiennes aux interprétations verbalisées par des enquêtés, que de faire émerger l'interprétation en collaboration étroite, réflexive, avec les acteurs engagés dans le processus. Le concept d'« interprétant » (Pierce, 1931-1958) s'est avéré central dans cette démarche. L'interprétant est d'abord le point de vue que le signe fait naître chez le récepteur. Représentation mentale de ce qui est perçu, l'interprétant est lui-même un signe. Si les représentations s'emboîtent en principe indéfiniment, certaines sont investies d'une « idée de vérité » (Pierce, 1931-1958), qui peut être personnelle ou partagée.

L'action des interprétants, personnels ou collectifs, innerve toutes nos analyses de livres d'art numériques (Saemmer, Tréhondart, 2017). La confrontation des interprétants a permis d'instituer les enquêtés en communautés interprétatives, qui réfléchissent à leurs attentes, valeurs et habits face aux « lectures préférentielles »

⁴ Les protocoles d'entretiens et contextes de l'étude sont présentés de façon exhaustive dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

⁵ Voir le chapitre de Sylvie Bosser dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

⁶ Voir l'entretien dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

⁷ Voir le chapitre de Muriel Amar et Agnès Camus dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

⁸ Voir le chapitre de Saemmer Alexandra et Nolwenn Tréhondart dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

(Hall, 1994) modélisées par le livre d'art numérique. Elle a permis de montrer comment les attentes et normes sociales, traversant les discours des enquêtés, se trouvent relancées par la matérialité des signes présents dans l'artefact, mais a également fait émerger des éléments qui sont présents dans la matérialité de l'artefact sans être spontanément verbalisés par les enquêtés. Ces éléments ont-ils été intériorisés au point de ne plus être conscientisés ? Quel est le rôle des normes et allants-de-soi dans cette non-verbalisation ?

La sémiotique sociale constitue un modèle théorique en cours d'élaboration (Saemmer, Tréhondart, 2017), que le projet de recherche collaboratif « Catalogues d'exposition augmentés » nous a permis de mettre à l'épreuve face à un objet encore peu étudié.

3. Les contours du livre (d'art) numérique

Les études empiriques auprès de concepteurs et de récepteurs nous ont d'abord montré que les contours du livre numérique ne peuvent se dessiner sans référence au livre papier. Si le livre numérique se définit et s'apprécie grâce à la reproduction de caractéristiques du livre papier, il mobilise cependant aussi d'autres éléments, que le législateur français a, dans un premier temps, désignés comme « accessoires » (Legifrance, 2011-a), avant de les préciser : « 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 » (Legifrance, 2011-b).

Le livre d'art semble constituer un terrain d'expérimentation idéal pour le livre numérique. Pourtant, il se trouve, comme toute production mobilisant les technologies de l'information et de la communication, engagé dans une négociation avec les contraintes du dispositif : normes industrielles, formes prescrites, obsolescence programmée. Il est en outre produit par des maisons d'édition ou des institutions culturelles — en première ligne, les musées —, et se trouve alors traversé par des champs de tension supplémentaires. D'un côté, il est porteur de l'ambition de scientificité de ses auteurs, conservateurs et historiens de l'art ; d'un autre côté, son usage ordinaire relève, comme certains de nos enquêtés nous l'ont confirmé, plus du feuilletage que de la lecture. L'acquisition patiente de connaissances n'est pas le seul motif d'achat : on attend d'un beau livre d'art qu'il fasse également bonne figure dans une bibliothèque personnelle (*coffee table book*). D'un côté, on continue à observer une adhésion forte des éditeurs et du public au beau livre, avec ses finitions soignées ; d'un autre côté, Internet donne « gratuitement » accès à des millions d'images d'art et constitue une concurrence qui pousse le secteur du beau livre à se réinventer. D'un côté, l'injonction permanente à l'innovation et au progrès pèse sur les institutions culturelles comme une contrainte poussant parfois à l'industrialisation de la production ; de l'autre côté, certains éditeurs expriment une réelle envie d'explorer de nouveaux formats pour « prolonger », « augmenter », « enrichir » l'expérience de visite d'une exposition.

Sous le label « livre d'art numérique » se trouvent alors rassemblées des productions aussi variées que le livre « homothétique », qui essaie de reproduire au plus près la forme du papier ; le livre numérique « enrichi » de vidéos et sons, qui reproduit de même certaines formes du livre papier, tout en s'apparentant aux formats numériques comme le site Web ou le magazine d'art en ligne (le e-album *Niki de Saint Phalle* et le catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre* par exemple) ; le livre « augmenté » (compagnon de visite activable par des QR Codes, par exemple) ; et le livre « transmédia » (parfois géolocalisé, ou faisant appel à la participation des publics pour la création de parcours et/ou de contenus⁹) Le champ éditorial est tiraillé entre ces modèles, situés au plus près et au plus loin du livre d'art papier, et investis de missions hétérogènes.

Certaines missions, comme celle d'augmenter la visite d'une exposition *in situ*, dans l'enceinte du musée, placent le livre d'art numérique dans la tradition de l'audio-guide. D'autres, comme celles d'instruire le lecteur en amont et en aval de l'expérience de visite, reconduisent les ambitions traditionnelles du catalogue d'exposition papier. Si des catalogues d'exposition numériques comme *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre* ne sont pas des productions uniformes mais, au contraire, modélisent des pratiques qui vont du feuilletage rapide jusqu'à la lecture concentrée et réflexive ou du visionnage passif d'une séquence audiovisuelle jusqu'à l'exploration de textes et d'images par le geste du toucher (voir précisions plus loin), ce n'est pas seulement parce que les usages de ces livres numériques ne sont pas stabilisés, mais aussi parce que le livre d'art a toujours constitué un objet protéiforme, accueillant à la fois 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.

Le catalogue d'exposition, quant à lui, relève certes du beau livre mais constitue également un objet « dérivé » de l'exposition d'art. 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), mais, sous sa forme « album d'exposition », il doit également se mettre au niveau du public, rendre la culture accessible. Le catalogue d'exposition numérique continue à être investi de cette double mission, comme le montre l'analyse de ses formes et figures éditoriales et des discours institutionnels qui les accompagnent.

4. Prophéties du numérique à l'épreuve des pratiques

Les lecteurs de catalogues d'exposition réunis en groupes de discussion par Muriel Amar et Agnès Camus ont beaucoup insisté sur l'importance de la matérialité du livre d'art papier, difficile à retrouver en format numérique : « 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. Lorsque le livre d'art numérique migre du papier à l'écran, ce n'est donc pas seulement le remplacement de certaines

⁹ Voir le chapitre de Sébastien Appiotti dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

informations proprioceptives, comme celle du volume, qui pose question. L'enquête menée par Sylvie Bosser montre que, pour beaucoup d'éditeurs, la valeur symbolique du livre papier est supérieure parce que « la personne n'a pas le même sentiment d'acquisition avec un livre numérique ». Selon Jeremy Rifkin (2000), l'économie numérique a provoqué, lors de ces dernières années, un glissement de la notion de « propriété » vers la notion de « service ». Alors que beaucoup de biens désormais se partagent ou se louent, le lecteur continue cependant à acheter des livres d'art pour les posséder. La crainte ne pas savoir ce qu'il adviendra du livre numérique lorsque le dispositif de lecture, tablette ou smartphone, tombe en panne, a fréquemment été énoncée par nos enquêtés.

En dépit de ces réserves bien connues, car ressortant de plusieurs enquêtes menées ces dernières années (Gaudric, Mauger, Zunigo, 2013), les éditeurs qui se sont engagés dans la production de livres d'art numériques préfèrent se représenter leurs lecteurs comme curieux, voire enchantés, par les nouvelles technologies. S'est exprimer, chez certains, une fascination pour les caractéristiques esthétiques des supports, leur ergonomie invitant à la mobilisation de l'œil et du doigt, la capacité de l'écran rétro-éclairé à « magnifier » l'image.

Le travail éditorial effectué sur les livres d'art numériques est réel, et peut d'ailleurs s'avérer plus coûteux que l'édition d'un livre papier. Le public, en revanche, ne semble pas accorder la même valeur à ce travail. Dès qu'une production éditoriale est publiée sous format numérique, il tend à exiger de plus bas prix, voire la gratuité, tout en maintenant une forte exigence au niveau de la forme et des contenus. L'industrie culturelle de l'édition d'art se trouve ainsi pris dans le même piège que la presse en ligne. L'association étroite, établie par certains de nos lecteurs, entre le numérique et des pratiques de « consommation » ordinaire, reflète le poids des imbrications entre l'édition et les industries numériques.

5. Le livre d'art numérique en prise avec les GAFAM et les politiques culturelles

Le livre numérique est inséparable de son dispositif de lecture — tablette, liseuse, smartphone. Sa forme éditoriale, qu'elle se situe au plus près ou au plus loin du modèle papier, n'est pas seulement forgée par l'éditeur, mais dépend fortement des prescriptions techniques et esthétiques émises par les producteurs de technologies. La négociation avec ces prescriptions prend parfois, chez les éditeurs, des accents jubilatoires, alors que d'autres fustigent au contraire l'emprise industrielle sur les contenus artistiques.

La domination galopante des grandes firmes du numérique appelées GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft), sur les technologies de l'information et de la communication, nuance l'idée selon laquelle le livre numérique pourrait incarner une forme de résistance contre le marché traditionnel du livre. Alors 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, 2016, p. 8), l'extension du capitalisme

numérique atteint aujourd'hui un niveau de concentration qui pose la question du façonnage des goûts culturels par des industries du numérique « dont les pouvoirs d'imposition sont d'autant plus forts qu'ils s'exercent de manière invisible à travers des dispositifs technologiques » (Donnat, p. 8).

En dépit de ces pouvoirs d'imposition industriels, depuis plusieurs décennies, des « injonctions modernistes » (Le Marec, 2012, p. 169) ne cessent d'être adressées aux institutions culturelles pour que celles-ci 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 marche vers la modernité. Sébastien Appiotti (2017) montre dans sa contribution à notre projet de recherche 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 l'injonction moderniste. L'idée de proposer ensuite certains de ces compagnons de visite au téléchargement, pour accompagner la visite en amont et en aval de l'expérience *in situ*, s'est imposée assez naturellement, et explique la forme hybride des e-albums, plus légers, plus succincts que les catalogues d'exposition numériques. Les e-albums s'apparentent alors, comme l'explique Thomas Bijon, plutôt au modèle de la presse magazine qu'au beau livre. L'éditeur les considère en effet comme des productions non pérennes, qui répondent à la nécessité de faire vivre le musée à un rythme « haletant [...] quasi au jour le jour pour bien démontrer qu'il est débordant d'activité » (Jacobi, 2013).

Jusqu'à quel point ces formes de « modernité » sont-elles réellement désirées par les publics ? Certaines initiatives éditoriales ne reflètent-elles pas plutôt la soumission à une « marche forcée » ?

6. Quelques modélisations de pratiques par le livre d'art numérique

L'injonction moderniste se trouve souvent justifiée par la nécessité de mettre en place une « culture de proximité », de rendre l'art accessible à des publics plus larges. Comme l'explique Colette Leinman (2014, p. 58), l'édition numérique du livre d'art s'inscrit dans le mouvement, plus large, d'une mise en cause des « intermédiaires savants ». Pour de nombreux concepteurs que nous avons rencontrés, la lecture numérique doit en effet donner au lecteur la possibilité de « faire son choix librement », d'« entrer où il veut dans le récit », d'avoir « le sentiment d'être maître d'une histoire ». L'hyperlien incarne, pour certains d'entre eux, à merveille cette tentative de démocratisation : il déjouerait la tradition autoritaire du texte « linéaire » et favoriserait la construction personnelle. La possibilité de créer ses parcours de lecture de façon autonome se trouve pourtant dans certains discours associée à la nécessité d'« optimiser » son temps, pour répondre aux contraintes de vie d'une société fatalement accélérée.

L'idée du libre choix revient fréquemment dans les discours des lecteurs, qui cherchent en effet dans un livre d'art numérique des possibilités d'« entrer dans l'œuvre selon le point de vue souhaité » : « On veut choisir, on veut cibler », « faire ce qu'on veut ». Lors des groupes de discussion, nous avons proposé aux enquêtés une découverte partielle du catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper*.

D'une fenêtre à l'autre. Le lecteur est invité à commencer l'exploration du catalogue avec la sélection d'un des tableaux proposés en page de « couverture », sous forme de mosaïque, sans autre commentaire ou explication (*figure 1*), sans la moindre suggestion d'un ordre de lecture idéal. En écho aux interprétants partagés par les enquêtés autour de l'idée de pouvoir sélectionner librement son parcours de lecture, nous appelons cette unité éditoriale « **pro-sélective** ».

Face à l'artefact, les lecteurs ont effectivement interprété cette unité comme une invitation à « piocher » : « C'est bien parce qu'on a le choix ». La plupart se félicitent de l'affranchissement face à l'autorité savante du commissaire d'exposition : « On apprécie de pouvoir entrer dans l'œuvre selon le point que l'on souhaite. Quand ils font des zooms sur le papier, forcément, c'est le commissaire d'exposition ou le critique d'art qui a choisi. » Quelques récepteurs ont néanmoins évoqué le risque d'une fragmentation des contenus que la lecture sélective pourrait induire. « On perçoit moins le côté unité du livre », ont-ils affirmé, faisant résonner les questionnements contemporains sur l'économie de l'attention (Citton, 2014). Une lecture extensive des neuf parcours proposés à partir de l'unité pro-sélective montre en effet que, en fonction du tableau que le lecteur a sélectionné en premier, l'appréhension de l'œuvre de Hopper est plus ou moins facile, surtout pour un lecteur qui découvrirait l'artiste.

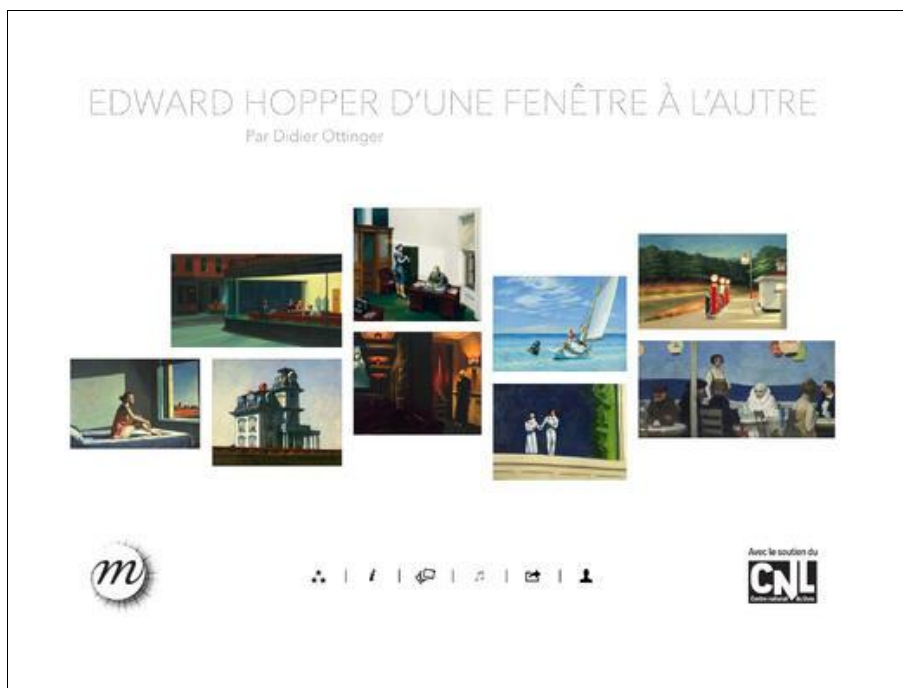


Figure 1. Capture de la première page-écran de l'application Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre (crédits : Rmn-GP). Le lecteur est invité à sélectionner l'un des neuf tableaux du peintre pour commencer la lecture du catalogue.

Beaucoup de concepteurs s'interrogent sur les possibilités de pallier la fragmentation des contenus, et sur la désorientation cognitive que des pratiques de lecture sélectives risquent de provoquer. Il leur paraît notamment important de fournir des repères permettant d'appréhender l'épaisseur des contenus, le « volume réel » du livre. Les lecteurs ont réclamé, eux aussi, la possibilité d'avoir une « vision globale » sur les contenus et l'architecture du livre. Plusieurs ont exprimé l'attente d'un « fil conducteur », d'un « plan d'ensemble de la scénographie », d'un « lieu central » permettant de « saisir l'ampleur ».

À côté de la mosaïque des neuf tableaux, le catalogue *Hopper* propose en effet comme deuxième entrée possible dans les contenus une carte de navigation (figure 2). Cette unité, que nous appelons « **pro-totalisante** » parce qu'elle a été interprétée par les lecteurs comme une vue d'ensemble sur l'épaisseur des contenus, recense toutes les pages-écrans du catalogue sous forme de vignettes. Des traits entre les vignettes représentent les relations *spatiales* entre les pages. Certains lecteurs se sont d'abord déclarés enthousiastes en découvrant la carte (« C'est la première fois que je vois ça »), mais, par la suite, ont exprimé leurs doutes quant à l'idée qu'une « combinatoire graphique de parcours » puisse réellement les aider à comprendre l'articulation argumentative. Certains critiquent alors cette représentation de l'épaisseur *quantitative* des contenus comme « tapageuse » parce qu'elle ne ferait que masquer le manque d'aides *qualitatives* à la lecture : « On a toutes les connexions, mais je ne peux rien lire », « Les trucs sont cloisonnés, il y a des branches, les tableaux ne se renvoient pas les uns aux autres. » Chaque vignette est certes hyperliée à sa page-écran, mais la plongée dans les contenus se ferait « à l'aveuglette ».

Notre lecture intégrale des pages-écrans reliées aux vignettes a confirmé certaines des craintes exprimées par les lecteurs. Si le lecteur suit l'invitation de plonger dans le catalogue en activant l'une des vignettes, il tombe, dans certains cas, littéralement *in medias res*. Certaines pages-écrans, comme celle intitulée « Lumière profane », n'évoquent même pas le nom du peintre Hopper. Le lien avec l'œuvre ne peut s'établir qu'au fur et à mesure, si le lecteur accepte de poursuivre l'exploration des autres pages-écrans reliées à « Lumière profane » par des flèches de navigation. Tous les lecteurs auront-ils pourtant cette patience ?

Selon l'éditeur, Didier Ottinger, le commissaire de l'exposition fortement impliqué dans la réalisation de ce catalogue, aurait en effet imaginé « des liens sans explications dans l'idée que l'arborescence suffirait ». Il incomberait au lecteur de « faire l'effort de comprendre ». Il nous semble plutôt qu'un certain nombre de problèmes de désorientation cognitive face au texte digital, dans le livre numérique comme ailleurs (Saemmer, Tréhondart, 2017, p. 188), s'expliquent non pas seulement par une accélération fatale des pratiques, un manque de patience des

lecteurs ou l'emprise industrielle sur les pratiques, mais aussi par une absence de scénarisation des contenus hyperliés.

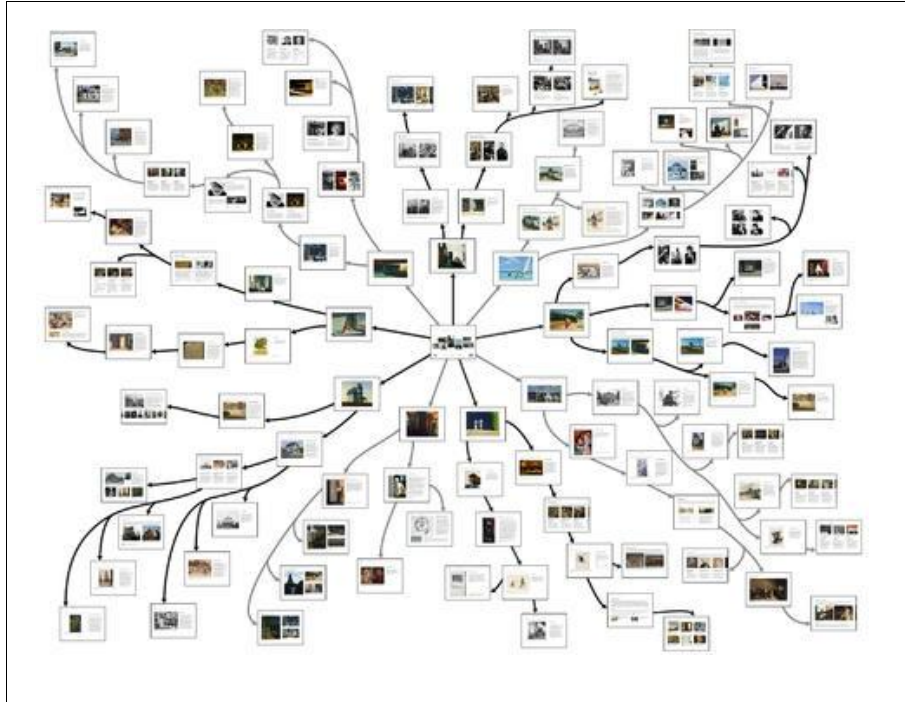


Figure 2. Capture de la carte de navigation de l'application Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre (crédits : Rmn-GP) proposant une deuxième entrée possible dans les contenus. La carte représente l'ensemble des pages-écrans de l'application qui peuvent être activées par « toucher » (tap).

Si l'idée de la sélection « libre », « non linéaire » dans les contenus est pour beaucoup de lecteurs et d'éditeurs étroitement associée au dispositif numérique, la tablette se trouve pourtant également assimilée au dispositif cinématographique qui invite le corps à l'immobilité. Pour un grand nombre d'utilisateurs, elle sert avant tout au visionnage de films. L'un des concepteurs rencontrés affirme que le livre d'art numérique doit proposer du moins une « ponctuation » contemplative, un « graphisme de la respiration », en alternance avec des phases de lecture plus accélérées. Les lecteurs rejoignent cet interprétant de la lecture contemplative, qu'ils associent en outre au besoin d'être, par moments, « pris par la main ».

Dans le catalogue *Hopper*, une séquence animée et non manipulable est systématiquement proposée après l'activation d'un élément dans la mosaïque des neuf tableaux de départ (figure 1). Du texte et des images animées se succèdent, accompagnés d'une voix qui évoque, pour plusieurs lecteurs, les émissions de

télévision culturelle ou l'audioguide muséal. Cette unité éditoriale appelée « **pro-contemplative** » fait écho à l'interprétant partagé de la tablette comme « espace à regarder ». Pour Thomas Bijon, ces « séquences animées » ont comme fonction « d'imprégner le lecteur d'une atmosphère qui l'incite ensuite à faire l'effort de lire le texte ».

Après le visionnage de l'une de ces séquences animées, les récepteurs ont d'abord déclaré trouver le « montage très réussi ». Certains aiment être « pris en main » : « Mon plaisir, c'est le *storytelling*, cela permet d'entrer dans une atmosphère, on a besoin d'avoir quelqu'un qui nous raconte pour apprécier. » D'autres lecteurs, en revanche, ont manifesté leur impatience. Pour eux, la posture contemplative semble entrer en conflit avec la « promesse d'interaction » (Mitropolou, 2012) associée à la tablette : « C'est quelque chose qui met en attente », « J'aurais tendance à appuyer rapidement pour sortir. »

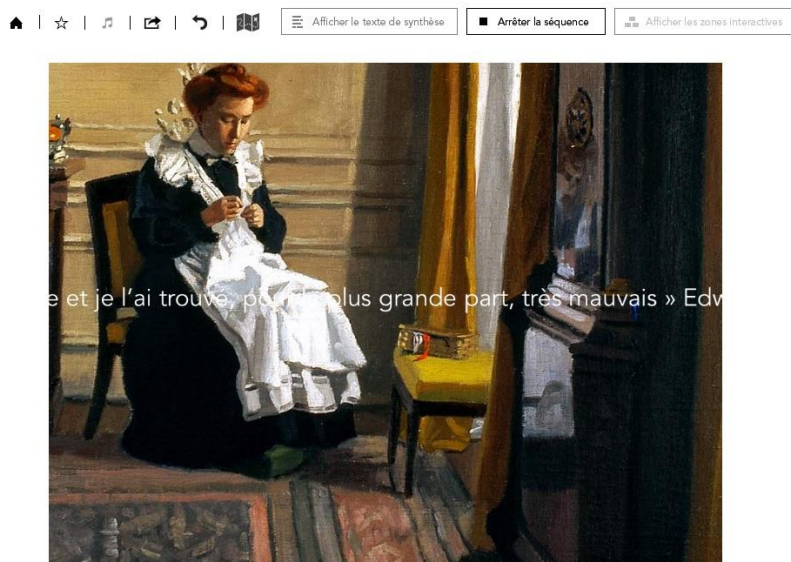


Figure 3. Capture à l'instant *t* d'un « extrait » d'une séquence animée de l'application Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre (crédits : Rmn-GP).

« Le beau livre numérique, c'est un livre qui est animé, qui est vivant, y compris qui réagit quand on le caresse. Il va réussir à pallier toute une sensualité qui est perdue. Le rapport qu'on a avec l'objet et avec le papier. Ça nous permet de

reconstituer un rapport particulier avec le beau livre ». Allant beaucoup plus loin que le simple clic, c'est dans ces termes que l'éditeur Thomas Bijon rêve d'une lecture où le lecteur n'« entrerait » pas seulement dans l'image, mais également dans les mots : les « toucher » provoquerait des « effets de zoom impressionnants » et offrirait une « lecture en trois dimensions ». La tablette iPad aurait favorisé l'émergence de ce genre d'exploration, qui implique non seulement les sens de la vue et de l'ouïe, mais aussi du toucher. Le couplage entre le caractère iconique¹⁰ de certains gestes de manipulation, qui rappellent dans leur matérialité des manipulations effectuées dans d'autres circonstances (« caresser », « taper », « déplacer », voir les travaux de Serge Bouchardon, 2001), se trouve déjà expérimenté dans le jeu vidéo. Mais certains éditeurs redoutent l'effet « gadget » de cette association entre ludicité et livre numérique.

Dans le catalogue *Hopper*, des rectangles blancs, légèrement transparents, s'incrustent sur le tableau central une fois la séquence pro-contemplative terminée. Le lecteur est invité à activer ces « fenêtres ». Dans le tableau *Les Noctambules*, les rectangles entourent par exemple un couple et un homme solitaire accoudés au bar (*figure 4*). Plusieurs lecteurs s'attendent alors à pouvoir, en activant les rectangles, « entrer dans la vie des personnages », « se mettre dans le tableau ». Certains ont associé les rectangles manipulables à une promesse de plongée dans un univers narratif, qui leur permettrait d'entrer en contact avec les personnages du tableau. Nous appelons « **pro-polysensorielles** » les unités éditoriales qui invitent le lecteur à manipuler un texte ou une image en articulant « la sensibilité perceptive du sujet et la sensibilité réactive de l'objet » (Pignier, 2012, 127).

Or, « pousser » l'homme du tableau ne permet pas pour autant de « voir le devant du monsieur » (*dixit* l'un des enquêtés) : une découverte poly-sensorielle est certes suggérée par les rectangles incrustés à des endroits stratégiques dans les tableaux, mais, en réalité, le geste de manipulation fait apparaître des explications érudites sur la postérité de l'œuvre de Hopper. « Quel est le lien entre la postérité et ces deux personnages ? », s'interroge alors l'un des lecteurs ; « hyperdécevant », s'exclame un autre : « On s'attend à entrer dans les personnages, alors que non ! » « Je veux appréhender avec mes sens, pas avec mon cerveau », déclare l'un des participants. Des amorces de lecture poly-sensorielle sont présentes dans les livres d'art numériques que nous avons étudiés, mais la crainte d'une ludification excessive des contenus, et qu'une sensualité poussée fasse « perdre la tête » aux lecteurs, ou empêche la lecture concentrée, semblent pour le moment freiner les désirs d'expérimentation de certains éditeurs.

¹⁰ Jean-Marie Klinkenberg (1996) définit l'icône comme un signe « motivé par ressemblance », qui peut transiter par d'autres canaux que la vue ; son signifiant est un ensemble modélisé de stimuli (supports matériels du signe) qui correspond à un « type stable, ensemble modélisé que l'on peut atteindre grâce au stimulus. Ce type est identifié grâce à des traits de ce signifiant, et peut être associé à un référent reconnu » (p. 384-385).

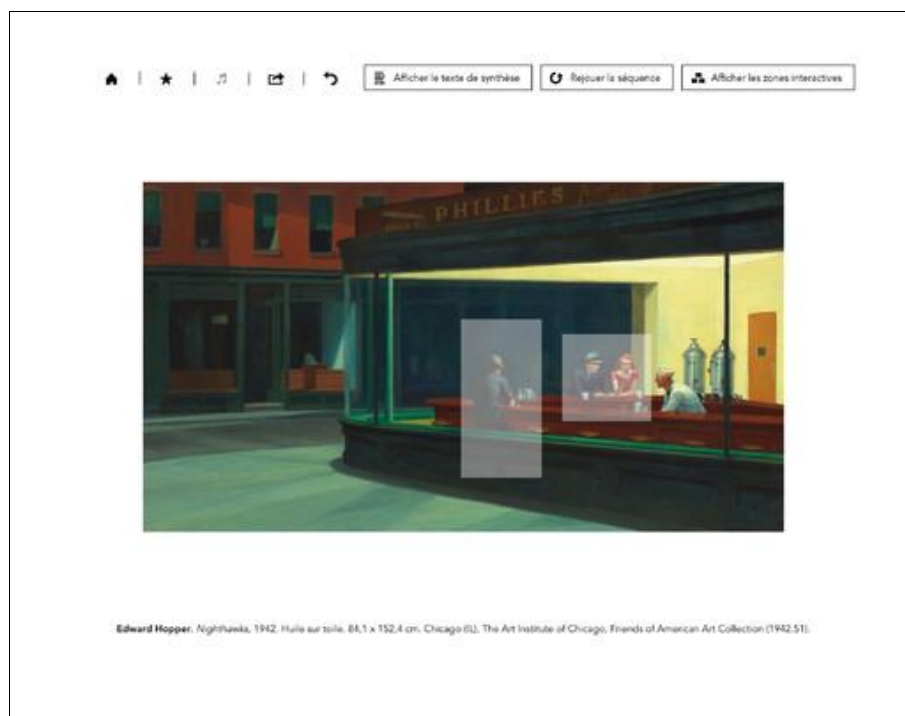


Figure 4. Capture de la page-écran suivant la séquence animée (crédits : Rmn-GP). Deux rectangles blancs et légèrement transparents se sont installés sur des détails du tableau. Ils peuvent être activés par tap.

Nos études détaillées de certaines productions montrent que le livre d'art numérique n'exclut pas systématiquement le discours savant, nécessitant une lecture longue et concentrée, bien au contraire : le catalogue *Hopper* offre plusieurs exemples de formes éditoriales que nous avons appelées « **pro-intensives** », parce qu'elles favorisent une pratique de lecture concentrée, pourtant fréquemment considérée comme incompatible avec les dispositifs numériques.

Le pop-up déclenché par l'activation de l'emblème « + », incrusté dans une page-écran du catalogue *Hopper* sur la photo de Sigmund Freud, propose ainsi une citation longue qui s'affiche sans fioritures ou autres emblèmes de navigation. Face à l'interprétant collectif d'une lecture numérique fatalement accélérée et dispersée, certains concepteurs insistent sur cette nécessité de sauver les pratiques concentrées : « On ne veut pas faire de détournement par rapport à la lecture ». Dans un monde accéléré, le livre numérique constituerait une sorte de « refuge ».

Confrontés aux unités pro-intensives dans le catalogue *Hopper*, les réactions des lecteurs ont néanmoins été nuancées. S'ils souhaitent en effet que le livre d'art contienne « des instruments pour savoir » et leur donne la possibilité de « prendre du

temps pour lire », certains estiment qu'il y a par endroits « trop de textes » : « On ne fait plus que lire, lire, lire ! »

7. Disparités et champs de tension

Persiste donc, comme le fait remarquer Sylvie Bosser dans sa contribution à notre projet de recherche, un hiatus entre ce que l'on *peut* faire, en termes de technologies, et l'horizon d'attente des lecteurs. Les éditeurs imaginent un marché « tiré par la nouveauté » : les lecteurs achèteraient des applications culturelles parce qu'ils possèdent un iPad et qu'ils auraient envie d'explorer son potentiel technique. Face à cette projection, les lecteurs que nous avons pu rencontrer soulignent en effet les avantages de la haute résolution des images sur tablette : le livre d'art numérique aurait même, avant tout, la fonction de fournir cette « vision augmentée » de l'art. La gestuelle la plus attendue est couplée à cette idée : il s'agit de la possibilité d'agrandir les images avec les doigts. Face à des expérimentations plus audacieuses, comme la structure hypertextuelle du catalogue *Hopper*, les avis des lecteurs sont plus 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 trop complexe n'est pas adaptée à leurs habitudes. « Faut-il développer une offre pour déclencher une demande ou faut-il attendre la demande pour bâtir une offre ? », se demande alors Sylvie Bosser (2017, p. 46).

Un autre enjeu clé, posé en particulier aux éditeurs muséaux qui conçoivent le livre d'art numérique en relation étroite avec une exposition, concerne le moment exact de la lecture de celui-ci : aura-t-elle lieu avant, pendant ou après la visite ? Les lecteurs ont, d'une part, exprimé l'attente de pouvoir préparer la visite d'une exposition grâce à un catalogue numérique. Ils ont également fait remarquer que le grand nombre de visiteurs attirés par certaines expositions gâche parfois le plaisir de la visite *in situ*, et que le livre d'art numérique permettrait de rattraper le coup, « tranquillement, chez soi ».

Pendant la visite, le livre d'art numérique peut jouer le rôle d'un audio-guide amélioré. Rares sont pourtant les visiteurs qui se promènent dans une exposition avec un iPad à la main : les éditeurs muséaux misent donc plutôt sur les « compagnons de visite » pour smartphones afin de répondre à cette attente. Ces compagnons de visite sont, comme le montrent les recherches de Sébastien Appiotti¹¹, équipés de fonctionnalités spécifiques comme la géolocalisation. Une fois localisé, le visiteur reçoit des notifications sous forme d'« injonctions vibratoires » censées capter son attention. Certaines de ces applications proposent également au visiteur de composer son propre parcours dans l'exposition. Derrière la promesse de libération se cachent pourtant aussi des enjeux marchands : la récolte de données sur les préférences du visiteur, sa « mise au travail » pour permettre de concevoir de futures offres au plus près des appétences. Entre promesses d'une expérience enrichie et exploitation des données, entre ambition d'innovation et

¹¹ Voir le chapitre de Sébastien Appiotti dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception* (Saemmer, Tréhondart, 2017).

contraintes technologiques et institutionnelles, le livre d'art numérique reste tiraillé, et ses formes éditoriales tout autant que ses discours d'accompagnement s'en ressentent.

En dépit des discours s'enthousiasmant sur la nouvelle liberté donnée au lecteur-visiteur grâce au numérique, le livre d'art numérique ne peut en tout cas être présenté comme un outil de démocratisation de la culture. Les acheteurs de ces productions sont, à 51 %, des retraités (le plus souvent retraitées), diplômés au moins Bac+5 pour la moitié d'entre eux. L'accès à la culture est peut-être facilité par le numérique, mais n'a pas fait disparaître des distinctions profondément ancrées dans la société. Par ailleurs, la nécessité de posséder une tablette tactile, souvent un iPad de la marque Apple, pour pouvoir lire des livres d'art numériques, constitue une barrière supplémentaire. Certains des lecteurs interrogés se sont montrés très sensibles aux formes de distinction sociale qu'induit l'alliance, inexorable, entre le livre d'art numérique et ses dispositifs de lecture fort coûteux.

8. Conclusion : les résistances du livre d'art numérique

Les concepteurs de livres d'art numériques que nous avons pu rencontrer expriment certes leur attirance pour l'aspect « luxueux » de l'objet tablette, et pour les innovations technologiques qu'elle met au service des contenus d'art, 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 ! », fait par exemple remarquer l'éditeur de la RMN.

Cette domination marchande des grandes firmes du numérique ne rend pas, pour autant, caduques les tentatives d'installer, au cœur des livres d'art numériques, des zones de dissonance, d'improvisation et de résistance. Loin de vouloir faire converger à tout prix leurs productions aux représentations galvaudées d'une lecture numérique impatiente, superficielle ou friande d'effets faciles, certains éditeurs considèrent les livres d'art numériques comme des « refuges » dans un monde accéléré, et déclarent qu'il faut préserver à tout prix ses ambitions culturelles et artistiques.

Les discussions avec des lecteurs de livres d'art numériques ont également montré que ceux-ci résistent, plus qu'on ne le pense peut-être, aux séductions du spectaculaire et du ludique, et sont à la recherche de productions qui les prennent au sérieux. Ils souhaitent retrouver la substance du livre d'art : une facture soignée, qui met en valeur les œuvres, et propose un discours érudit. Face aux dérives d'un design éditorial épousant de trop près les prescriptions des grandes firmes du numérique, face aux chants de sirène d'une médiation expérientielle qui cache mal les enjeux marketing qui la trament de l'intérieur, les lecteurs se montrent sur leurs gardes. Nous avons pu déceler, dans certains discours, l'ébauche d'une culture critique du design numérique que le développement de notre méthodologie de sémiotique sociale peut avoir comme ambition de favoriser, notamment en milieu éducatif (Saemmer, Tréhondart, 2017, p. 19).

9. Bibliographie

- Amar M. et Vigué-Camus A., « *Lost in mediation? Une étude d'usage des e-albums d'exposition* », dans Saemmer A. et Tréhondart N., *Livres d'art numériques : de la conception à la réception*, Paris, éditions Hermann, 2017, p. 63-96.
- Appiotti S. « La fabrique à créativité : de la co-conception à la modélisation des pratiques visuelles dans les applications muséales participatives », dans Saemmer A. et Tréhondart N., *Livres d'art numériques : de la conception à la réception*, Paris, éditions Hermann, 2017, p. 203-233.
- Bijon T., « Le livre s'anime, devient vivant, réagit quand on le caresse », dans Saemmer A. et Tréhondart N., *Livres d'art numériques : de la conception à la réception*, Paris, éditions Hermann, 2017, p. 97-106.
- Bosser S., « Prédominance de l'objet-livre face aux pratiques d'édition numériques », dans *Livres d'art numériques : de la conception à la réception*, Paris, éditions Hermann, 2017, p. 23-48.
- Bouchardon S., « Des figures de manipulation dans la création numérique », *Protée*, vol. 39, n° 1, 2001, p. 37-46.
- Citton Y. (éd.), *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme*, Paris, La Découverte, 2014.
- Donnat Olivier « La question du public, d'un siècle à l'autre », *Culture et Recherche Les publics in situ et en ligne*, n° 134, hiver 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.
- Guillou Catherine, « L'application numérique du Centre Pompidou », *Culture et Recherche, Les publics in situ et en ligne*, n° 134, hiver 2016-2017, p. 79-81.
- Hall S., « Codage/décodage », *Réseaux*, vol. 12, n° 68, 1994, p. 27-39.
- Iser W., *L'Acte de lecture — Théorie de l'effet esthétique*, Paris, Mardaga, 1995.
- Jacobi D., « Exposition temporaire et accélération : la fin d'un paradigme ? », *La Lettre de l'OCIM*, n° 150, 2013, URL : <http://ocim.revues.org/1295> (consulté le 10 juillet 2017).
- Klinkenberg J.-M., *Précis de sémiotique générale*, Bruxelles, De Boeck Université, 1996.
- Le Marec J., *Publics et musées. La confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan, 2012.
- Légifrance (2011-a), loi n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000024082056> (consulté le 23 avril 2017).
- 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> (consulté le 23 avril 2017).

Leinman C., « Qu'est-ce qu'un catalogue d'exposition ? », *Les catalogues d'exposition surréalistes à Paris 1924-1939*, Amsterdam ; New York, Rodopi, 2014, p. 24-60.

Mitropolou Eleni, « Écran interactifs, promesses d'interaction », *Interfaces numériques*, vol. 1, n° 1, 2012.

Pierce C. S. (1931-1958), *Collected Papers*, Cambridge, Harvard University Press.

Pignier N., « Le plaisir de l'interaction entre l'utilisateur et les objets TIC numériques », *Interfaces numériques*, vol. 1, n° 1, Paris, Lavoisier, 2012, p. 123-153.

Rifkin J., *L'âge de l'accès. La révolution de la nouvelle économie*, Paris, La Découverte, 2000.

Saemmer A. et Tréhondart N., *Livres d'art numériques : de la conception à la réception*, Paris, éditions Hermann, 2017.

Saemmer A. et Tréhondart N., « Approche socio-sémiotique du catalogue d'exposition numérique Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre », dans Saemmer A. et Tréhondart N., *Livres d'art numériques : de la conception à la réception*, Paris, éditions Hermann, 2017, p. 169-202.

Tréhondart N., *Le livre numérique enrichi : conception, modélisation de pratiques, réception*, Thèse de doctorat : sciences de l'information et de la communication, Paris, université Paris 8, Vincennes-Saint-Denis, 2016.