



HAL
open science

L'imprimerie en réseau : la construction de l'édition comme marché économique et culturel (Venise, 1469-1500)

Catherine Kikuchi

► **To cite this version:**

Catherine Kikuchi. L'imprimerie en réseau : la construction de l'édition comme marché économique et culturel (Venise, 1469-1500). *Temporalités: revue de sciences sociales et humaines*, 2018, 27, 10.4000/temporalites.4371 . hal-03017333

HAL Id: hal-03017333

<https://hal.science/hal-03017333>

Submitted on 7 Jun 2023

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NoDerivatives 4.0 International License

L'imprimerie en réseau : la construction de l'édition comme marché économique et culturel (Venise, 1469-1500)

Printers' networks: turning publishing into an economic and cultural market (Venice, 1469-1500)

Imprentas en red: la construcción de la edición como mercado económico y cultural (Venecia, 1469-1500)

Catherine Kikuchi



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/temporalites/4371>

DOI : 10.4000/temporalites.4371

ISSN : 2102-5878

Éditeur

ADR Temporalités

Ce document vous est offert par Université de Versailles St-Quentin-en-Yvelines



Référence électronique

Catherine Kikuchi, « L'imprimerie en réseau : la construction de l'édition comme marché économique et culturel (Venise, 1469-1500) », *Temporalités* [En ligne], 27 | 2018, mis en ligne le 06 juillet 2018, consulté le 07 juin 2023. URL : <http://journals.openedition.org/temporalites/4371> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/temporalites.4371>

Ce document a été généré automatiquement le 16 février 2023.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International - CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

L'imprimerie en réseau : la construction de l'édition comme marché économique et culturel (Venise, 1469-1500)

Printers' networks: turning publishing into an economic and cultural market (Venice, 1469-1500)

Imprentas en red: la construcción de la edición como mercado económico y cultural (Venecia, 1469-1500)

Catherine Kikuchi

- 1 L'invention de l'imprimerie par Johann Gutenberg s'est imposée comme un des événements les plus célèbres de l'Europe du xv^e siècle. Depuis plusieurs décennies, les historiens se sont interrogés sur ses précédents, occidentaux ou asiatiques, et l'ont replacée dans la longue durée (Arnoux et Monnet, 2004 ; Cavaciocchi, 1992 ; Stromer, 2000). L'impression de la Bible de Gutenberg, en 1455, a été suivie de la diffusion de la technique dans toute l'Europe. Les Estienne à Paris, les Plantin à Anvers ou les Manuce à Venise, ces familles représentent le succès intellectuel de cet « art divin » (Minois, 1995) célébré par de nombreux lettrés européens. Ces grandes figures doivent être replacées dans leur milieu économique, social et intellectuel (Lowry, 1979, 1991). L'imprimerie n'est pas seulement une invention technique, elle est aussi une organisation économique et commerciale.
- 2 L'étude des changements provoqués par l'imprimerie passe par l'étude de la construction de ce nouveau milieu économique à l'échelle des premières décennies. Remettre la temporalité au cœur des études sur l'imprimerie permet de nuancer la supposée « révolution¹ » qu'elle induit. L'organisation du travail technique et intellectuel autour de l'invention n'allait pas de soi, et la mise en place d'un nouveau système prend des chemins qui ne sont ni linéaires ni évidents. Les évolutions se font également selon des rythmes différents selon les acteurs. Il s'agit de prendre

conscience de la dimension proprement économique et sociale du processus. Érasme collaborant avec l'imprimeur humaniste Alde Manuce n'a pas la même position que le correcteur typographique qui relit les épreuves, souvent méprisé et honni par les auteurs qui n'y voient qu'un tâcheron d'atelier. Les statuts sont fluctuants mais dans les deux cas, ce sont des compétences intellectuelles qui sont mises au service de l'imprimerie (Grafton, 2011 ; Hellinga, 2014, 2015). Anthony Grafton souligne que ces lettrés correcteurs d'imprimerie ont parfois une influence décisive sur les textes et leur paratexte, pour le meilleur comme pour le pire (Grendler, 1989 ; Hirsch, 1974 ; Trovato, 1991, 1998). Leurs interactions directes ou indirectes avec les typographes, les imprimeurs et éditeurs commerciaux, sont constitutives de la nouvelle industrie². Ce sont ces relations que nous souhaitons aborder de façon systématique³.

- 3 La diversité des acteurs lettrés impliqués dans l'imprimerie des premiers temps est souvent masquée par la célébrité de quelques grands auteurs ou éditeurs humanistes. Il faut dépasser cet effet de sources pour s'intéresser à tous les acteurs des presses des plus illustres aux plus obscurs, afin de cerner les modalités de développement du monde du livre sous tous ses aspects. Cet article se propose de comprendre la naissance de l'imprimerie dans son environnement à la fois intellectuel⁴ et économique, à travers les questionnements liés à la sociologie des réseaux et des marchés. Au-delà d'une stricte histoire du livre ou d'une approche d'histoire intellectuelle, il s'agit d'interroger la manière dont l'imprimerie s'est nourrie des relations entre entrepreneurs et hommes de lettres, et de replacer ces relations dans la naissance d'un nouveau marché. Au-delà de l'étude de cas des débuts de l'imprimerie, nous aborderons des problématiques de mise en concurrence et de collaborations d'acteurs économiques et culturels⁵. Au sein des nombreuses études, notamment monographiques, sur ce domaine, nous proposons une approche systématique et quantitative qui éclairera la naissance de l'imprimerie et de son système éditorial de façon globale. Discutant des questions générales de sociologie économique à partir d'un cas historique, les méthodes et les interprétations sociologiques et historiques se croiseront ici pour tenter de dresser une image dynamique de la naissance de l'imprimerie comme industrie culturelle.

Préambule méthodologique

- 4 L'analyse de réseau offre un outil particulièrement utile pour comprendre de façon diachronique les transformations des relations entre les acteurs économiques et culturels dans le milieu naissant de l'imprimerie⁶. Nous nous plaçons ici dans une approche structurale des réseaux sociaux, afin de comprendre les formes sociales qui naissent dans cette nouvelle industrie, même si nous abordons en conclusion l'évolution de réseaux personnels. La question sera moins de comprendre comment ces structures influencent les individus, que de comprendre quelle est la place des individus dans ces structures (Forsé, 2008).
- 5 L'imprimerie comporte l'avantage, comparée à d'autres industries médiévales, de produire des sources abondantes concernant ses acteurs : les livres eux-mêmes. Les colophons – courts textes imprimés en fin d'ouvrage mentionnant généralement le typographe, celui qui a financé l'édition, l'auteur et éventuellement l'éditeur scientifique –, les préfaces et les pages de titre permettent de dresser un vaste panorama des individus en présence. Ces données sont bien inventoriées pour la

période incunable, c'est-à-dire la période du livre imprimé précédant 1501, et sont rassemblées dans l'*Incunabula Short Title Catalogue* (ISTC)⁷ qui recense aujourd'hui plus de 90 % des éditions concernées. Nous avons pu utiliser la base de données compilée et augmentée de nouvelles informations d'Ezio Ornato, Chiara Ruzzier et Claire Priol⁸. Cependant, délimiter une association intellectuelle dans le cas de l'imprimerie est en soi problématique : cela peut concerner les auteurs, de renommée européenne ou de petits lettrés locaux, des éditeurs scientifiques, des préfaciers ou même des correcteurs typographiques. Or ceux-ci ne sont pas systématiquement mentionnés. Nous estimons néanmoins que tous les noms explicitement cités dans une édition participent de la publicisation d'une relation entre imprimeur et lettré. En nous inspirant des analyses de Harrison White (2011), nous considérons que les noms mis en relation dans une édition forment des identités qui mettent en récit leur lien par la coprésence imprimée.

- 6 Le cas d'étude de Venise, qui devient dès les années 1470 la première productrice d'imprimés en Europe, est particulièrement propice à ce type d'analyses. La ville connaît la formation d'une véritable industrie avec plusieurs dizaines d'ateliers actifs simultanément. On y trouve une grande variété d'acteurs, du petit typographe au grand entrepreneur qui inonde le marché européen. Atteignant une taille critique qui permet un traitement quantitatif diachronique, Venise est également intéressante dans la mesure où elle attire à elle de nombreux lettrés européens qui participent à l'élaboration des textes⁹. Nous isolons les éditions vénitiennes comme corpus, alors qu'il est bien entendu que l'imprimerie et ses réseaux intellectuels ont des ramifications européennes. Une analyse à l'échelle européenne n'a pas été réalisable pour le moment en raison de la quantité de données à traiter mais il faut garder en tête cette réduction du champ d'analyse pour ne pas surinterpréter la circulation des textes et des auteurs, qui dépassent l'échelle de cette ville.
- 7 Par ailleurs, ces réseaux reposent sur la sélection de certains nœuds et de certains liens : toutes les éditions n'y sont pas représentées car nous n'avons pris en considération que les relations entre des imprimeurs et des lettrés contemporains, auteur, éditeur scientifique, traducteur, correcteur ou augmentateur. Une édition d'un auteur scolastique du XIII^e siècle ou d'Aristote qui ne ferait pas intervenir nommément de lettré contemporain n'est donc pas retenue ici, même si ces auteurs contribuent aussi au prestige de ceux qui les impriment. Il nous semble que la contemporanéité permet de mieux cerner la manière dont l'imprimerie construit la réputation de noms qui ne sont pas encore des autorités ; cela permet aussi d'aborder l'inscription de l'industrie dans le milieu intellectuel qui l'entoure. Cependant, cette contemporanéité est problématique à définir avec les données disponibles. Pour certains personnages les plus célèbres, la date de mort est connue¹⁰. Ce n'est cependant pas le cas de beaucoup d'acteurs impliqués dans l'imprimerie dont on connaît seulement le siècle. C'est la raison pour laquelle nous avons renoncé à prendre en considération uniquement les lettrés contemporains de l'édition même. Pour autant que nous ayons pu en juger, nous avons écarté de notre analyse les auteurs et éditeurs morts avant 1469, date du premier livre imprimé à Venise. Ceci étant posé, une édition ne présuppose en aucun cas une participation ou une collaboration active du lettré avec l'imprimeur. Les relations ainsi retracées permettent d'étudier l'implication des lettrés du XV^e siècle dans le nouveau média, sans préjuger des modalités concrètes de cette implication.
- 8 Les coprésences de ces noms dans les éditions mises en réseau nous semblent susceptibles de révéler le fonctionnement d'un marché intellectuel et en particulier de

la concurrence entre acteurs. Le marché du livre européen à ses débuts est un secteur particulièrement concurrentiel et dans lequel l'incertitude est élevée. Les premières décennies de l'imprimerie vénitienne sont marquées par des crises de surproduction, des crises de distribution liées aux conflits armés de la région (Zorzi, 1986), et plus largement à une grande instabilité des producteurs dont la moitié, voire plus selon les périodes, a une activité réduite à moins d'un an. Le capital économique nécessaire à la création et au maintien d'un atelier est particulièrement lourd, tandis que le retour sur investissement s'étale sur plusieurs années¹¹. Les stratégies éditoriales de ces imprimeurs sont des choix visant à diminuer cette incertitude du marché, alors même que le statut des différents acteurs impliqués est également incertain. En ce sens, le processus de production, au sein de conception d'une édition donnée possède une « incertitude ego-centrique¹² » – concernant les processus de production – élevée, pour laquelle les statuts des noms associés dans la production jouent à plein (Accominotti, 2008).

- 9 De ce fait, l'analyse de réseau devrait nous permettre de mettre au jour des dynamiques de construction d'autorité et de prestige, visibles à travers leur position dans le graphe et l'évolution des positions relatives des groupes d'imprimeurs et de lettrés. Sur le modèle des relations entre galeries et artistes bien étudiées par des travaux sociologiques et historiques¹³, la relation entre les imprimeurs et les lettrés imprimeurs construit le prestige de deux parties prenantes. L'analyse de réseau permet de comprendre la manière dont certains acteurs jouent de la structure de ce nouveau milieu et du marché de l'imprimerie. Sans prendre en compte la question du public, on estime enfin que les relations entre acteurs économiques et lettrés permettent malgré tout de comprendre certaines dynamiques de l'offre d'imprimés sur le marché européen, en fonction des compétences disponibles et mises en œuvre par les acteurs impliqués dans les éditions.

Imprimeurs et lettrés : temporalités et reconfigurations de réseaux intellectuels

Figure 1 – Données concernant l'imprimerie vénitienne et les éditions étudiées 1469-1499

	Total d'imprimeurs actifs à Venise	Imprimeurs impliqués dans une collaboration avec un lettré contemporain, % du total des imprimeurs vénitiens	Total des éditions prises en compte, % du total des éditions vénitiennes	Total d'éditions vénitiennes	Moyenne d'éditions par imprimeur
1469-1474	23	15 (65 %)	73 (75 %)	97	4,2
1475-1480	63	36 (57 %)	138 (75 %)	185	2,9
1481-1485	79	43 (54 %)	200 (90 %)	221	2,8
1486-1490	75	49 (65 %)	252 (93 %)	272	3,6
1491-1495	101	61 (60 %)	461 (92 %)	461	4,6

1496-1499	76	45 (60 %)	339 (95 %)	357	4,7
-----------	----	-----------	------------	-----	-----

Figure 2 – Données concernant les éditions étudiées

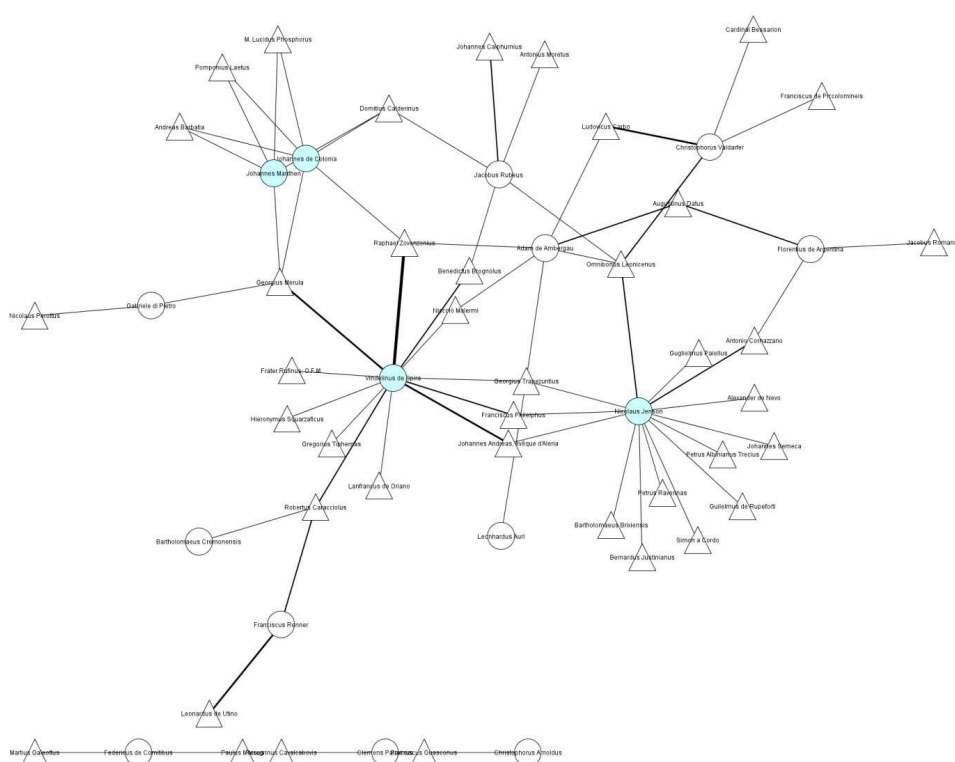
	Imprimeurs impliqués dans une édition avec un lettré contemporain, % du total des acteurs pris en compte	Moyenne d'éditions concernées par imprimeur	Lettrés impliqués dans une édition avec l'imprimerie, % du total des acteurs pris en compte	Moyenne d'éditions concernées par lettré	Total des acteurs pris en compte
1469-1474	15 (27 %)	5,1	40 (73 %)	2,1	55
1475-1480	36 (30 %)	4,5	95 (70 %)	1,7	121
1481-1485	43 (30 %)	4,8	106 (70 %)	2,1	149
1486-1490	49 (26 %)	5,6	148 (74 %)	1,9	197
1491-1495	61 (21 %)	7,6	236 (79 %)	2,3	297
1496-1499	45 (16 %)	7,8	244 (84 %)	1,8	289

Source : ISTC.

- 10 Le développement de l'industrie à Venise de 1469 à 1499 s'accompagne d'une croissance très importante du nombre d'acteurs impliqués, particulièrement dans les quinze premières années (fig. 1)¹⁴. Alors que les imprimeurs affluent vers cette nouvelle activité, les lettrés contemporains cités dans les éditions vénitiennes augmentent encore bien davantage (fig. 2), ce qui témoigne à la fois de la demande en compétences intellectuelles dans l'imprimerie et de l'intérêt qu'elle produit sur le milieu intellectuel qui l'entoure. Cette croissance de mentions dans les éditions vénitiennes d'acteurs lettrés contemporains est bien plus forte que la croissance générale du monde du livre et aboutit à une situation particulièrement déséquilibrée à partir de la fin des années 1480. Dans les dernières années du XV^e siècle, les noms cités de lettrés contemporains sont près de 5,5 fois plus nombreux que les imprimeurs avec qui ils collaborent.
- 11 D'un autre côté, la part des imprimeurs impliqués reste stable sur l'ensemble des imprimeurs actifs à Venise (fig. 1) ; elle tend même à diminuer dans le réseau constitué des relations entre imprimeurs et lettrés que nous étudions (fig. 2). Mais ces imprimeurs ont par ailleurs une moyenne de publication bien plus importante que la moyenne vénitienne de la même période. Imprimer des œuvres impliquant des hommes de lettres contemporains semble être plus sélectif et concerne particulièrement des imprimeurs à la production abondante et durable. Les éditions étudiées à la fin de la période représentent plus de 90 % de la production vénitienne totale et sont produites par seulement 60 % des imprimeurs de la ville. Cette situation explique en partie le fort décalage qui se crée entre imprimeurs et lettrés dans le réseau que nous étudions. La moyenne des publications par imprimeur faisant intervenir des lettrés contemporains augmente durablement entre les années 1480 et

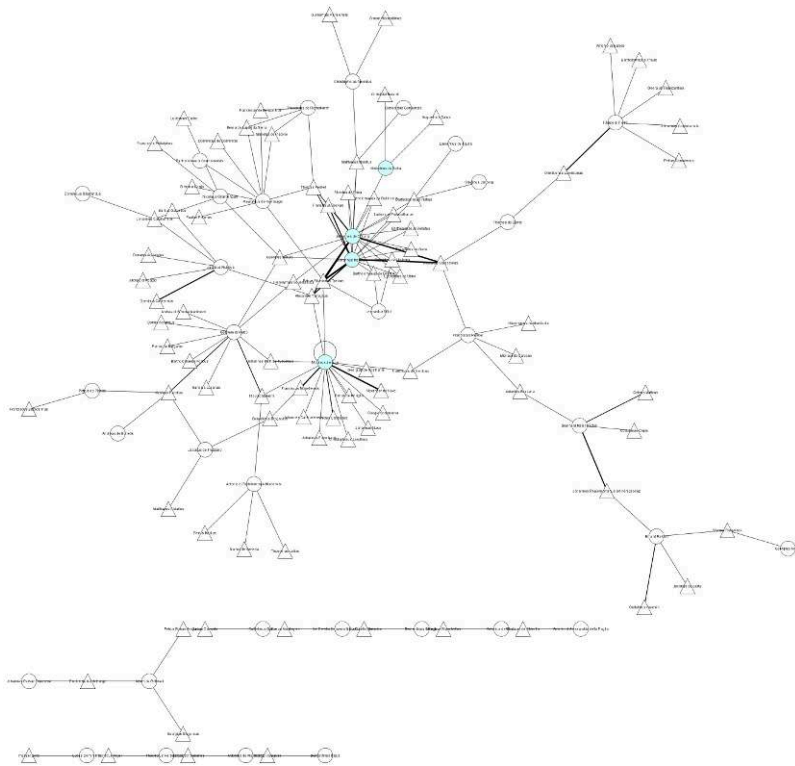
les années 1490, tandis que la moyenne par lettré impliqué stagne autour de 2 éditions par nom. Alors que les hommes de lettres investissent massivement l'imprimerie, peu obtiennent une très forte récurrence dans les catalogues d'imprimeurs, tandis que ces derniers voient au contraire leurs possibilités de production s'élargir. Il s'agit d'une période où l'imprimerie est plus solidement installée, où l'on a dépassé la période de très forte expansion de l'industrie, tant en termes de nombre d'ateliers actifs qu'en termes de nombres d'éditions. Les imprimeurs ayant accès à ces textes sont plus stables, peuvent imprimer davantage d'éditions et ont des collaborations de lettrés qui affluent vers cette nouvelle méthode de diffusion. Ces relations entre imprimeurs et lettrés sont largement influencées par ce déséquilibre quantitatif entre les deux groupes d'acteurs, ce que l'on peut observer également dans la durée des structures des réseaux constitués par les liens entre les noms d'imprimeurs et les noms de lettrés contemporains des éditions vénitiennes.

Figure 3 – Réseau des relations imprimeur/lettrés contemporains dans les éditions de 1469 à 1474



Triangles : lettrés ; ronds : imprimeurs (cette norme sera valable pour toutes les représentations graphiques de cet article).

Figure 4 – Réseau des relations imprimeur/lettrés contemporains dans les éditions de 1475 à 1480

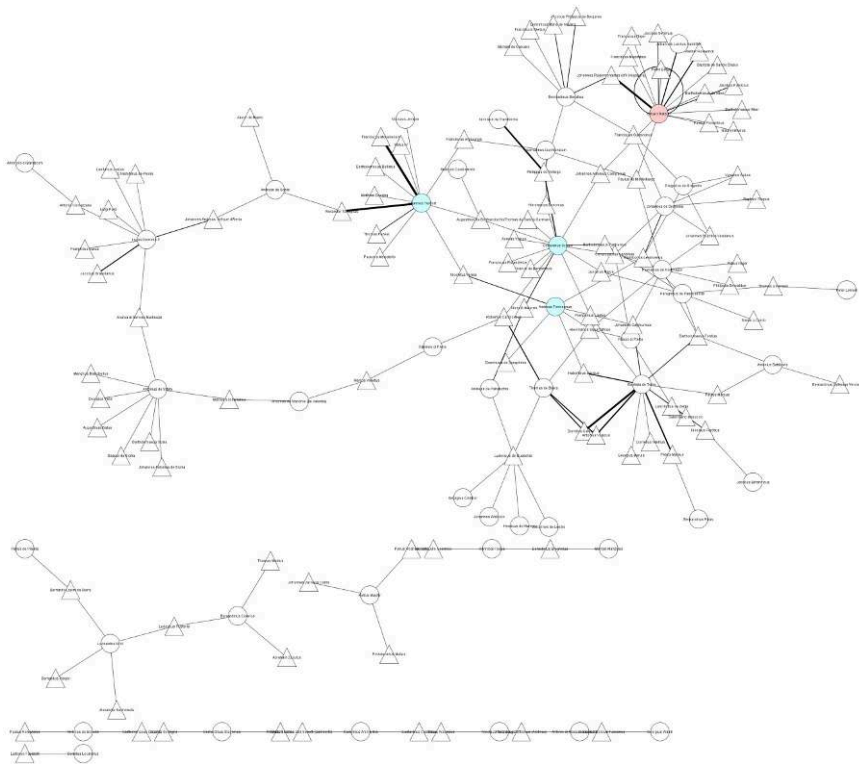


Les nœuds indiqués en bleus font partie des deux grandes compagnies typographiques de Nicolas Jenson et de Johann de Cologne.

- 12 Dans les dix premières années de l'imprimerie (fig. 3 et 4), les relations intellectuelles de l'imprimerie vénitienne sont dominées par les grandes compagnies typographiques, celle de Johann de Cologne et celle de Nicolas Jenson¹⁵. Au-delà de leur poids économique bien connu et étudié (Lowry, 1981), on constate sur ces réseaux que les deux entreprises maîtrisent l'accès aux collaborateurs intellectuels. Dans les années 1469-1475, Nicolas Jenson, Vindelinus de Spire, Johann Manthen et Johann de Cologne sont les imprimeurs impliqués dans le plus de collaborations avec des lettrés contemporains. Ils parviennent à instaurer des relations diversifiées mais également durables, qui donnent lieu à plusieurs éditions faisant intervenir les mêmes noms. Or, Vindelinus de Spire est le frère du tout premier imprimeur vénitien ; son atelier est ensuite repris par les deux marchands allemands Johann Manthen et Johann de Cologne, qui récupèrent les noms de lettrés de son catalogue. Nicolas Jenson quant à lui arrive sur le marché vénitien quelques années après mais parvient dès le début à rassembler autour de lui des collaborateurs intellectuels nombreux et prestigieux (fig. 4). Ces collaborations font l'objet d'une réelle compétition entre imprimeurs : Nicolas Jenson attire à lui Ognibene da Lonigo (Omnibonus Leonicensus) et Antonio Cornazzo entre autres, tandis que Vindelinus de Spire travaille avec Raphael Zovenzoni (Zovenzonius) ou Giorgio Merula. D'autres comme Giovanni Andrea de Bussi, évêque d'Aleria (1417-1475), Francesco Filelfo (Franciscus Philelphus, 1398-1481) et Giorgio de Trébisonde (ou Trapezuntius, 1396-1486) ont une position d'autant plus importante qu'ils sont imprimés par les deux compagnies : ce sont des personnes en fin de carrière, avec une réputation bien établie avant l'imprimerie et recherchés pour cela¹⁶.

- 13 En ce sens, on retrouve une analyse proche de celle de Fabien Accominotti concernant le choix des peintres par les galeries : pour réduire l'incertitude liée au marché et au contexte de production, les grands imprimeurs très productifs se reposent sur des noms qui ont fait leur preuve, certains qui ont été ou qui sont imprimés par des confrères au statut proche, contribuant en retour au prestige de ces lettrés contemporains (Accominotti, 2008). Ces personnages renommés associés à l'imprimerie sont relativement peu nombreux mais certains ont vite compris le potentiel de diffusion du nouveau média, comme Giovanni Andrea de Bussi qui s'est beaucoup impliqué dans les premières presses romaines¹⁷. Cette situation correspond à la conception des réseaux sociaux défendue par Harrison White (2011) : dans le chaos de la naissance de la nouvelle industrie, les éditeurs voulant être imprimés et les artisans ou entrepreneurs voulant devenir imprimeur recherchent des appuis mutuels qui se traduisent par des liens entre eux, tandis qu'ils luttent pour le contrôle du réseau dans lequel circule le travail intellectuel organisé autour de l'imprimerie européenne. Le prestige de chaque acteur nourrit celui avec qui il est associé. Dans un vivier encore restreint, les imprimeurs se tournent vers des noms susceptibles de les aider à se démarquer. En participant à ce groupe très connecté, chaque acteur acquiert un statut au prisme de ses relations (Podolny, 2001)¹⁸.
- 14 Ces deux compagnies fonctionnent comme des lanceurs de mode qui auto-entretiennent la réputation des imprimeurs et des noms qu'ils impriment. Ce fonctionnement est cohérent avec le programme que ces compagnies généralisent à Venise, basé sur l'édition de classiques latins scolaires ou de sommes théologiques ou juridiques (Kikuchi, 2014). Ce modèle nécessite la mobilisation de commentateurs et d'éditeurs qui, à mesure qu'ils sont imprimés, réédités et repris par différents ateliers, deviennent des investissements sûrs et stabilisent les stratégies éditoriales vénitiennes.

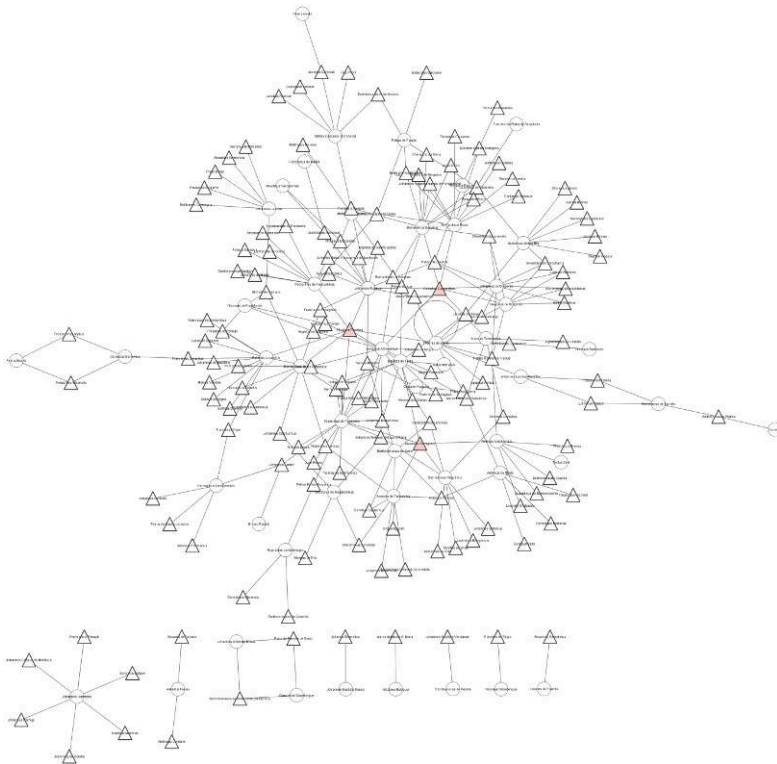
Figure 5 – Réseau des relations imprimeur/lettrés contemporains dans les éditions de 1481 à 1485



Les nœuds indiqués en bleu correspondent à Johann Herbort, Octaviano Scotti et Andrea Torresani. En rose, Erhard Ratdolt.

- 15 En dépit de la mort des principaux responsables des deux compagnies en 1480, le réseau met du temps à se transformer et certains profitent de la situation établie par leurs prédécesseurs par un effet d'inertie (fig. 5). Johann Herbort, facteur de la compagnie de Johann de Cologne et Johann Manthen, hérite des collaborations intellectuelles de la compagnie, de même que Ottaviano Scotto, qui a collaboré avec Nicolas Jenson et les frères de Spire (Volpati, 1932). Malgré ces survivances, de nouvelles figures commencent à apparaître. Erhard Ratdolt par exemple organise un réseau de collaborations qui lui est propre, en raison du caractère très spécialisé de ses publications – il est en particulier connu pour ses publications scientifiques (Redgrave, 1894). Ce faisant, il ne profite pas seulement d'une niche éditoriale à Venise, mais également d'une niche de collaborateurs intellectuels spécialisés et de textes à imprimer.

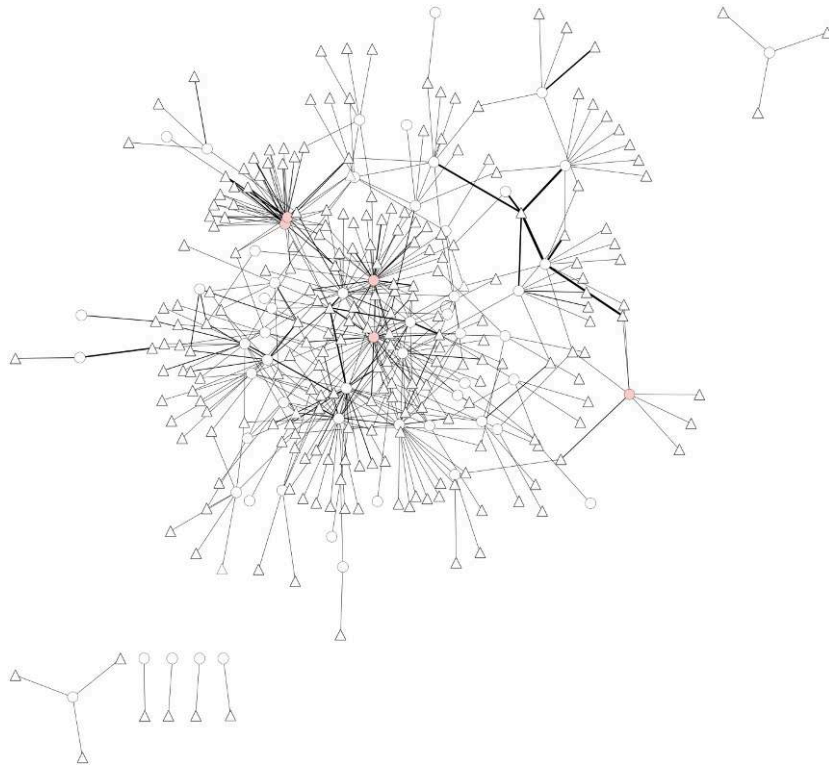
Figure 6 – Réseau des relations imprimeur/lettrés contemporains dans les éditions de 1486 à 1490



Les nœuds indiqués en rose correspondent à Niccolò Perotto, Roberto Caracciolo et Alessandro Tartagno

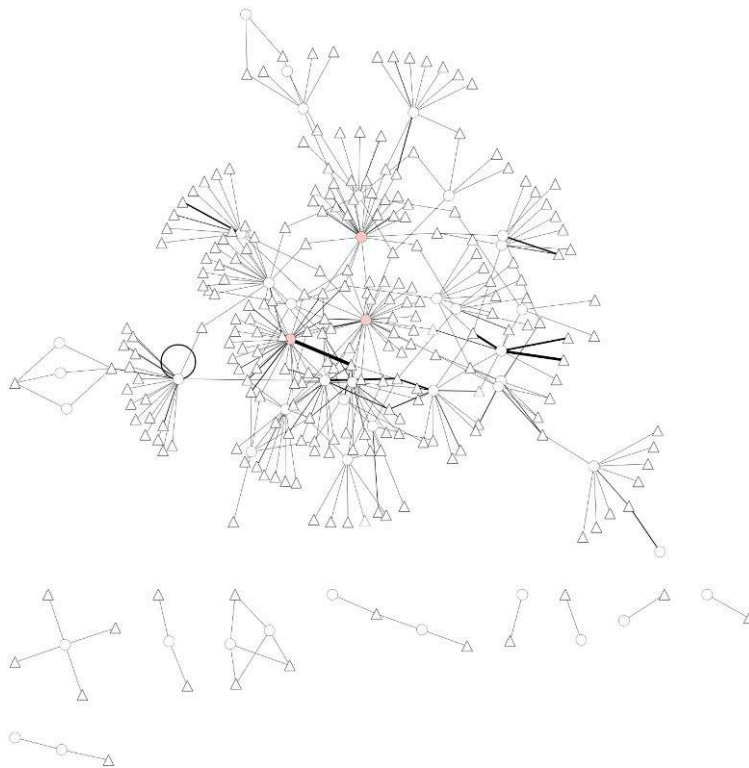
- 16 La deuxième moitié des années 1480 voit une vraie reconfiguration du réseau général (fig. 6), traduisant ce que nous avons pu observer dans les indicateurs de la figure 2. Les niches spécialisées qui étaient apparues dans la période précédente se généralisent. Ce sont des sous-réseaux formés par un ou plusieurs imprimeurs en lien entre eux, et regroupant autour d'eux de très nombreux collaborateurs aux presses. La figure 6 permet déjà d'en identifier certains, bien visibles à partir des groupes de lettrés accrochés à un seul imprimeur. Ces sous-réseaux deviennent encore plus visibles et développés dans les années 1490. Ainsi, Simon Bevilacqua, Giovanni Tacuino et Boneto Locatello (fig. 8) ou encore Paganino de Paganini, Boneto Locatello, Filippo Picio ou les frères de Gregori (fig. 7) qui concentrent autour d'eux 28 noms de lettrés entre 1491 et 1495. Cette structure traduit la création de niches économiques, où certains imprimeurs parviennent à obtenir le monopole du travail intellectuel de certains auteurs ; mais ce sont le plus souvent des associations éphémères avec des noms peu connus, et donc pas entièrement satisfaisantes pour construire une réputation sur le marché. Les imprimeurs parvenant à avoir le plus d'associations avec des lettrés contemporains ne se contentent donc généralement pas de ces seconds couteaux. Une des stratégies particulièrement payante pour les imprimeurs vénitiens est de parvenir à imprimer des auteurs qui sont imprimés par d'autres, capitalisant ainsi sur une renommée construite collectivement par l'imprimerie et les imprimeurs, et qui permettent des relations très durables et fructueuses. Entre 1496 et 1499, Giovanni Tacuino imprime 12 fois un texte en lien avec Antonio Mancinello, qui est lui-même un auteur partagé par six imprimeurs différents à la même période (fig. 8).

Figure 7 – Réseau des relations imprimeur/lettrés contemporains dans les éditions de 1491 à 1495



Les nœuds indiqués en rose correspondent à Paganino de Paganini, Boneto Locatello, Filippo Pincio et les frères de Gregori

Figure 8 – Réseau des relations imprimeur/lettrés contemporains dans les éditions de 1496 à 1499



Les nœuds indiqués en rose correspondent à Simon Bevilacqua, Giovanni Tacuino et Boneto Locatello

La construction de monopoles intellectuels : hiérarchies entre imprimeurs et lettrés

- 17 Les années qui suivent la disparition des deux compagnies en 1480 rebattent largement les cartes dans les relations entre imprimeurs et hommes de lettres dans les presses vénitienne. De la fin des années 1480 à la fin du siècle, à travers la généralisation et le développement de ces sous-réseaux autour de certains d'entre eux, les imprimeurs obtiennent un monopole sur les compétences intellectuelles d'un nombre croissant de lettrés. Plus spécifiquement, les années 1490 voient une concentration toujours plus forte des lettrés autour d'un imprimeur, avec des éditeurs et correcteurs travaillant presque exclusivement avec lui, avec une différenciation interne forte (fig. 9).

Figure 9 – Données concernant les imprimeurs et lettrés partagés. Les pourcentages indiqués correspondent à la part sur l'ensemble des imprimeurs ou lettrés étudiés ici.

	Concernés par une seule publication	Concernés par plusieurs publications associées avec un unique nom d'imprimeur ou de lettré	Concernés par plusieurs associations avec plus d'un nom	Concernés par des associations avec trois noms ou plus	Concernés par des associations avec cinq noms ou plus
1469-1474	4 imprimeurs (27 %) 23 lettrés (58 %)	0 imprimeur (0 %) 1 lettré (2 %)	11 imprimeurs (73 %) 16 lettrés (40 %)	8 imprimeurs (53 %) 1 lettré (3 %)	6 imprimeurs (40 %) 0 lettré (0 %)
1475-1480	16 imprimeurs (44 %) 65 lettrés (68 %)	0 imprimeur (0 %) 6 lettrés (6 %)	20 imprimeurs (56 %) 24 lettrés (25 %)	18 imprimeurs (50 %) 6 lettrés (6 %)	8 imprimeurs (22 %) 1 lettré (1 %)
1481-1485	15 imprimeurs (35 %) 58 lettrés (55 %)	1 imprimeur (2 %) 11 lettrés (10 %)	27 imprimeurs (63 %) 37 lettrés (35 %)	20 imprimeurs (47 %) 12 lettrés (11 %)	12 imprimeurs (28 %) 2 lettrés (2 %)
1486-1490	13 imprimeurs (30 %) 88 lettrés (59 %)	2 imprimeurs (4 %) 12 lettrés (8 %)	34 imprimeurs (69 %) 48 lettrés (32 %)	30 imprimeurs (61 %) 12 lettrés (8 %)	24 imprimeurs (49 %) 3 lettrés (2 %)

1491-1495	14 imprimeurs (23 %) 133 lettrés (56 %)	1 imprimeur (2 %) 17 lettrés (7 %)	46 imprimeurs (75 %) 86 lettrés (36 %)	42 imprimeurs (69 %) 46 lettrés (19 %)	30 imprimeurs (49 %) 16 lettrés (7 %)
1496-1499	13 imprimeurs (29 %) 162 lettrés (66 %)	0 imprimeur (0 %) 20 lettrés (8 %)	32 imprimeurs (71 %) 62 lettrés (25 %)	31 imprimeurs (69 %) 25 lettrés (10 %)	25 imprimeurs (56 %) 3 lettrés (1 %)

- 18 Dans les premières années, à un moment où les imprimeurs comme les lettrés impliqués dans l'imprimerie sont encore peu nombreux, les imprimeurs s'associent majoritairement avec plus d'un nom de lettrés, tandis que les lettrés sont 40 % à être imprimés par plus d'un imprimeur vénitien, ce qui est somme toute une part assez importante et signale la diversification des modes de diffusion de ces textes. Avec l'élargissement continu du milieu et du nombre d'acteurs impliqués, les viviers de collaborateurs s'accroissent globalement pour tous les acteurs économiques à la fin des années 1480 et au début des années 1490. Les imprimeurs ne se concurrencent pas, ou peu, pour l'accès au travail intellectuel de lettrés contemporains. Près des trois quarts des imprimeurs dans les années 1490 ont au moins deux associations avec des lettrés contemporains. D'un autre côté, alors que plus de la moitié des imprimeurs impliqués dans ces collaborations sont en lien avec au moins cinq noms de lettrés contemporains, ils ne sont que trois – soit 1 % des lettrés imprimés à Venise – à être dans la situation inverse à la fin de la période. Au contraire, les deux-tiers des lettrés contemporains présents dans l'édition vénitienne ne sont mentionnés que dans une seule édition de la période, dans une relation donc très éphémère avec l'imprimeur qui les a mis à son catalogue. Il y a un effet de simplification et de hiérarchisation brutale entre les deux groupes, dû en particulier à la généralisation des sous-réseaux que nous avons observés graphiquement sur les réseaux des dernières périodes.
- 19 Cette situation place les lettrés dans une situation de plus grande dépendance face aux acteurs économiques de l'imprimerie à mesure que le temps passe. Au sein de ce vaste champ de circulation des collaborations, la majorité d'entre eux qui sont dans une situation où leur travail est approprié par un seul imprimeur. Seule une petite fraction est en position de diversifier largement leurs associations. C'est le cas par exemple de Marcantonio Sabellico, célèbre humaniste historiographe de Venise imprimé par Giovanni Rubeus Vercellensis, Albertino Vercellensis, Filippo Pincio et Bartolomeo Zani dans la même période. Si une différenciation interne se fait sentir au sein des imprimeurs avec la constitution de sous-réseaux très larges, cette hiérarchisation est encore plus drastique dans le milieu intellectuel. L'imprimerie accélère les effets cumulatifs de réputation¹⁹ et la mise en concurrence des intellectuels sur le marché du livre, donnant la primauté à des « stars » largement diffusées.
- 20 Pourtant, la masse de noms de lettrés n'apparaissant qu'une fois sur chaque période et la croissance très importante de ces bataillons de noms associés aux éditions répondent à une véritable contrainte éditoriale : avec le développement de l'imprimerie, les ateliers utilisaient de plus en plus de noms d'auteurs, d'éditeurs ou de correcteurs

comme garantie de qualité et/ou de nouveauté afin de se démarquer sur un marché du livre de plus en plus saturé. Pour cela, des noms célèbres étaient nécessaires mais des noms peu connus pouvaient également servir à souligner la nouveauté du livre proposé à la vente. La nécessité de présenter des éditions apparaissant comme nouvelles sur le marché pousse les imprimeurs à « vivre en symbiose avec les acteurs de la culture » (auteurs, traducteurs, adaptateurs ou réviseurs de textes), mais en contrepartie, l'auteur « perd son autonomie par rapport au système de diffusion » (Ornato, 1997). Au-delà de l'aura de certains collaborateurs des presses vénitienne, l'industrie du livre imprimé parvient à utiliser à son profit des étudiants, professeurs des écoles ou des universités, pour leurs compétences intellectuelles mais aussi parce qu'ils contribuent à une stratégie publicitaire et éditoriale. Sans acquérir de prestige propre, ce réseau éphémère assure aux imprimeurs un monopole sur l'œuvre de nombreux auteurs de petite envergure, des auteurs de niche ou permettant d'offrir des textes à mettre sur le marché mais sans le succès suffisant justifiant leur reprise. Seuls quelques grands noms y parviennent : il nous reste à comprendre comment certains parviennent justement à ressortir, et comment les acteurs parviennent à jouer avec les règles de prestige de l'imprimerie naissante.

Les éditions, un partage de prestige entre imprimeurs et lettrés

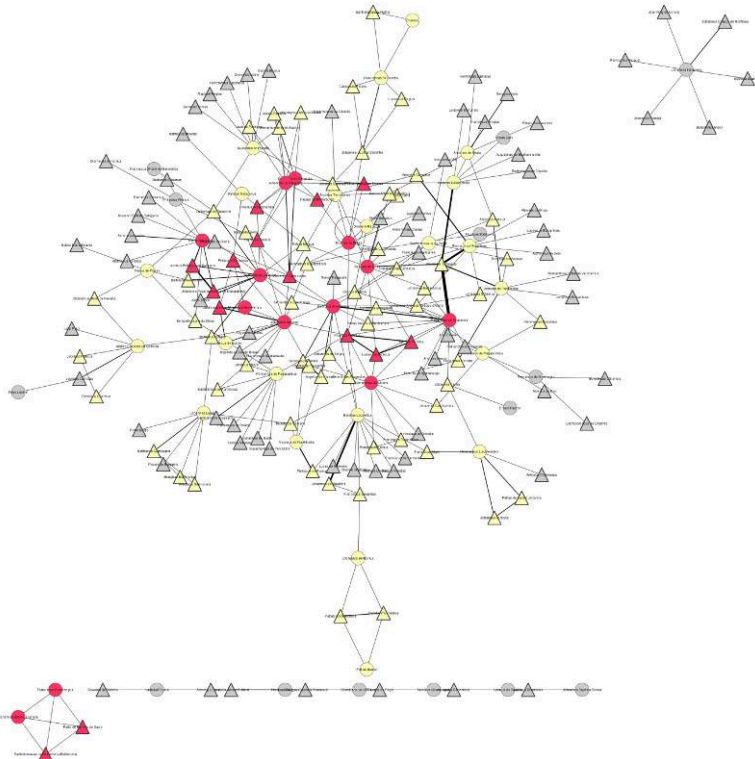
Figure 10 – Données concernant les coprésences de lettrés contemporains dans les éditions vénitienne

	Total de publications concernées	Publications avec plus d'un lettré concerné	Publication avec trois ou plus lettrés concernés
1469-1474	73	8 (11 %)	2 (3 %)
1475-1480	138	19 (14 %)	3 (2 %)
1481-1485	200	20 (10 %)	0 (0 %)
1486-1490	252	27 (11 %)	3 (1 %)
1491-1495	426	87 (20 %)	27 (6 %)
1496-1499	339	76 (22 %)	18 (5 %)

- 21 L'analyse de ces coprésences entre lettrés au sein d'une même édition permet de mieux comprendre ces mécanismes de construction de prestige dans le monde du livre au xv^e siècle et montre ici une claire évolution. La coprésence de plusieurs lettrés dans une même édition est rare dans les débuts de l'imprimerie vénitienne, mais augmente nettement par la suite (fig. 10). Les dernières années marquent en particulier un développement des éditions avec au moins trois lettrés associés, que ce soient des collaborateurs sur l'édition ou la traduction d'un même texte, des commentaires d'une même œuvre mis à la suite ou mêlés entre eux, ou encore des œuvres séparées rassemblées dans une même édition. Cette évolution traduit des stratégies éditoriales

de la part à la fois de certains lettrés et des imprimeurs pour s'associer au prestige de certains noms déjà établis dans l'imprimerie.

Figure 11 – Réseau des coprésences d'imprimeurs et de lettrés dans les éditions de 1486 à 1490

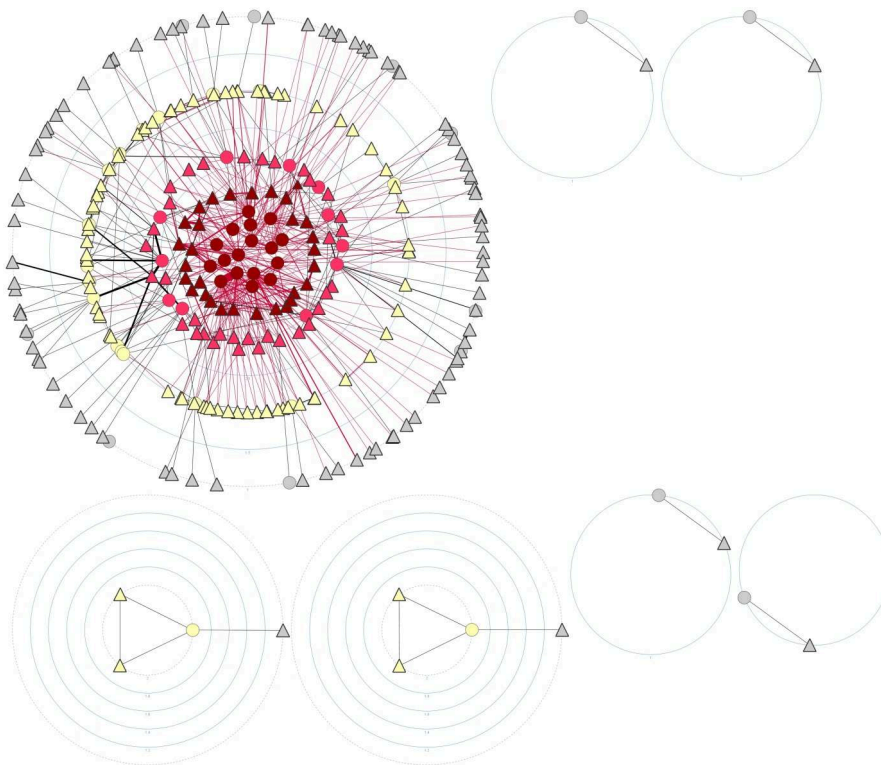


Rouge : 3-noyau ; jaune : 2-noyau.

- 22 Les années 1486-1490 nous semblent être déterminantes de ce point de vue (fig. 11). Ce nouveau réseau prenant en compte non seulement les liens entre imprimeur et lettré, mais également les liens entre imprimeurs et entre lettrés, fait émerger dans la deuxième moitié des années 1490 un cœur composé d'un 3-noyau²⁰ (fig. 11). Au sein de ce groupe dense, des auteurs associés entre eux sont partagés par plusieurs imprimeurs de façon fréquente. C'est le cas par exemple avec l'édition des *Cornucopiae latinae* de Niccolò Perotti (mort en 1480) édité et révisé par son neveu Pyrrhus Perotto et Lodovico Odasio, éditée plusieurs fois en peu de temps vers 1490 ; ce commentaire de Martial a été très diffusé en Europe et la renommée de son auteur rejaillissait sur ses éditeurs et imprimeurs. Les éditions comportant plusieurs noms d'auteurs contemporains se répandent et associent des noms importants comme des noms moins connus des lettres européennes ; les imprimeurs reprennent entre eux ces éditions à succès. Ce phénomène est d'autant plus important que les débuts de l'imprimerie vénitienne s'appuient largement sur le public universitaire, friand de ce type d'éditions. Ce faisant, la deuxième moitié des années 1480 voit l'organisation d'un vivier commun interconnecté d'éditions à plusieurs mains, avec une répartition du travail intellectuel et du prestige associé. À partir des années 1490, on observe une densification encore plus importante, qui se traduit par un 4-noyau au cœur du réseau tissé par ces éditions (fig. 12).
- 23 La capacité de certains lettrés à s'associer à des noms bien connus par et dans l'imprimerie accroît les inégalités au sein des lettrés contemporains. Le développement

des éditions à succès associant auteurs contemporains et imprimeurs vénitiens laisse sur le côté un certain nombre d'acteurs moins insérés. Ce sont en particulier ceux qui, associés à un seul imprimeur, ne sont non plus associés à aucun autre lettré ; ils sont parmi ceux qui connaissent les fortunes éditoriales les plus éphémères. À l'inverse certains auteurs, imprimés en compagnie d'autres noms contemporains, reviennent régulièrement dans les catalogues des imprimeurs, à l'image de Christoforo Landino, Antonio Mancinelli, Domizio Calderini et *Hubertus clericus*. Ceci étant, ce 4-noyau des années 1490 demeure structuré par certains imprimeurs particulièrement prolifiques, plus que par les lettrés eux-mêmes. Sur les 48 nœuds du 4-noyau, 17 sont des imprimeurs, qui comptent au total 163 voisins sur l'ensemble du réseau, soit en moyenne 9,6 – les 31 lettrés du 4-noyau n'en ont que 85, soit en moyenne 2,7. Le prestige de certains noms d'auteurs demeure une ressource importante, entretenue par les coprésences dans les éditions : les lettrés du 3-noyau des années 1491-1496 sont fréquemment sollicités et ont des collaborations à la fois nombreuses et durables en comparaison aux autres. Mais les quelques imprimeurs qui rassemblent autour d'eux un très grand nombre de liens restent particulièrement structurants. Cette poignée d'acteurs économiques, par leurs stratégies éditoriales bien comprises, permet la construction de réputations combinées entre auteurs et imprimeurs²⁴.

Figure 12 – Réseau des coprésences d'imprimeurs et de lettrés dans les éditions de 1491 à 1495



Rouge sombre : 4-noyau ; rouge : 3-noyau ; jaune : 2-noyau. Les liens en rouge sont les liens des imprimeurs du 4-noyau.

- 24 L'évolution des réseaux que nous avons reconstituée permet de mieux comprendre de quelle manière les imprimeurs utilisent les noms des lettrés contemporains qu'ils impriment, et inversement. La coopération se fait de façon relativement égalitaire au début, entre lettrés et imprimeurs de même prestige qui ont besoin les uns des autres. Après 1480, la reconfiguration est nette. Le prestige est davantage réparti, avec de

nouveaux noms qui apparaissent. Certains lettrés jouent un rôle structurant, partagés entre plusieurs ateliers. Mais un mouvement de hiérarchisation se fait rapidement sentir, selon des modalités et des temporalités différentes selon les groupes : on observe un décrochage entre la position relative des acteurs économiques, les imprimeurs, et celle des acteurs intellectuels contemporains. La hiérarchisation au sein des imprimeurs s'accélère comme on l'a vu dans les dernières années du xv^e siècle, permettant à certains acteurs économiques de regrouper autour d'eux des noms connus comme d'autres sur lesquels ils ont un monopole. Au sein du groupe des lettrés, ce phénomène s'enclenche différemment, avec une différence drastique entre la majorité des noms pas ou peu partagés entre les imprimeurs et quelques auteurs particulièrement présents dans les catalogues. Cette autorité acquise par certains se joue en particulier à travers les coprésences dans les éditions qui font apparaître des groupes d'auteurs très liés à travers l'imprimerie et construit collectivement, par effet cumulatif, les réputations des acteurs.

- 25 Pourtant ces coprésences ont aussi un effet pervers. La multiplication de ces collaborations fait que les lettrés impliqués dans les presses vénitienne deviennent moins irremplaçables parce que plus nombreux et souvent associés entre eux. Les auteurs contemporains peuvent en outre représenter un investissement dangereux et hasardeux pour les imprimeurs et on peut supposer que ce sont eux qui poussent aussi à l'association de plusieurs noms au sein d'une même édition pour limiter les risques. Le rapport de force éditorial est largement en faveur d'un groupe restreint d'imprimeurs qui concentrent le travail intellectuel des hommes de lettres contemporain et en contrôlent la circulation. Les lettrés ont une position moins déterminante que dans les premières années, même si certains, par des associations bien choisies au sein d'une même édition, parviennent à tirer leur épingle du jeu.

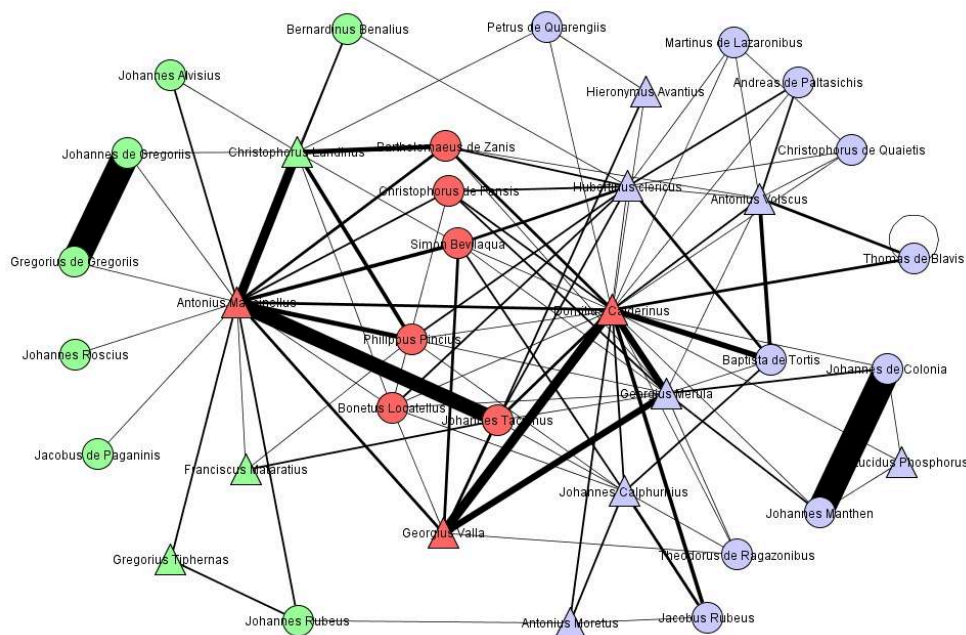
Faire carrière par l'imprimerie à la fin du xv^e siècle : Domizio Calderini et Antonio Mancinelli

- 26 Certains travaux ont déjà mis en lumière comment Érasme, par exemple, a pu utiliser la nouvelle technique pour sa diffusion au xvi^e siècle (Allen, 1916 ; Crousaz, 2005 ; Vanautgaerden, 2012). Domizio Calderini et Antonio Mancinelli sont des auteurs moins connus aujourd'hui. Leurs éditions ont pourtant connu une grande diffusion et leurs noms étaient des références de l'humanisme italien. Domizio Calderini, né à 1446, étudie à Vérone, Venise puis Rome. Il fait partie de la *familia* du cardinal Bessarion et devient secrétaire apostolique. En parallèle, il obtient également une chaire à l'université de Rome, est protégé par le pape, dédie un commentaire de Martial à Laurent de Médicis, rencontre les humanistes florentins et accompagne le neveu du pape en France. Il est donc très bien introduit dans le milieu lettré européen. Son travail d'éditeur et de commentateur est diffusé dans toute l'Europe et il participe à des controverses avec Giorgio de Trébizonde ou Niccolò Perotti. Sa mort inopinée due à la peste en 1478 a un grand retentissement parmi les humanistes italiens (Perosa, 1973 ; Weiss, 1960). Antonio Mancinelli quant à lui naît en 1452 et étudie la médecine à la logique à Padoue, le droit à Pérouse, Pise et à nouveau Padoue. Il commence comme enseignant dans la ville natale de Velletri et se lance dans une grande entreprise de révision des textes didactiques latins, notamment le Donat, grammaire latine de base du Moyen Âge. Ses textes circulent sous forme manuscrite puis imprimée. Sa carrière

progresses ensuite régulièrement : il occupe des postes à Sermoneta, puis à Rome, Fano et Venise. Il meurt à Rome en 1505 avec une grande renommée européenne qu'il a construite tout au long de sa carrière (Mellidi, 2007 ; Grendler, 1989, p. 183-184).

- 27 Sans rentrer dans le détail de leurs textes et de leurs parcours, nous avons choisi d'étudier les ego-réseaux de ces deux acteurs constitués par les coprésences dans les éditions vénitiennes entre lettrés contemporains et imprimeurs. À l'échelle de toute la période 1469-1499, leurs deux ego-réseaux sont très connectés. Ils font tous les deux partie du milieu universitaire romain mais ont des liens avec des humanistes de toute l'Italie, voire d'Europe. L'évolution de leurs réseaux dans l'imprimerie vénitienne témoigne de stratégies propres à certains acteurs des presses et de la conscience qu'ils ont de son fonctionnement.

Figure 13 – Ego-réseaux de Domizio Calderini et Antonio Mancinelli, coprésence dans les éditions vénitiennes de 1469 à 1499.



- 28 Avant sa mort en 1478, Domizio Calderini est imprimé par deux ateliers vénitiens, dont la compagnie de Johann de Cologne et Johann Manthen. Il entretient des liens également avec d'autres lettrés partagés par d'autres imprimeurs dans le réseau des éditions vénitiennes. Il est principalement imprimé à Rome, où il enseigne, mais également en Italie du Nord et dans certaines villes allemandes. Sa renommée préexistante a sans doute facilité la diffusion de ses textes. Auteur de commentaires humanistes de textes classiques comme Ovide, Juvénal ou Martial, il pouvait trouver un public auprès des écoles et des universités partout en Europe. Il fait partie des lettrés qui comptent dans les premières années de l'imprimerie, à tel point qu'il continue à être régulièrement imprimé après sa mort par d'autres imprimeurs et connaît une fortune exceptionnelle dans les presses vénitiennes. Ces éditions l'associent bien souvent à d'autres textes et commentaires de lettrés contemporains : ainsi cette édition des *Satires* de Juvénal de juin 1491 imprimée par Theodorus de Ragazonibus, qui propose le commentaire de Domizio Calderini avec celui de Giorgio Valla (mort en 1500), ainsi qu'un ajout de Domizio Calderini, sa *Defensio adversus Brotheum*²². Cette dernière édition intercale ainsi les commentaires des deux auteurs qui dialoguent entre

eux, de façon posthume pour Calderini, autant qu'ils dialoguent avec le texte antique qu'ils commentent tous deux²³. Si on en croit la répartition des exemplaires survivants, ces éditions vénitienes sont très largement diffusées en Europe, particulièrement dans les pays germaniques²⁴. Le prestige accumulé autour de son nom est important et il est reconnu comme un auteur majeur à l'échelle européenne.

- 29 Ce prestige a été particulièrement bien compris et capté à son avantage par Antonio Mancinelli. Cet humaniste connaît une carrière éditoriale moins fulgurante. Il n'est imprimé qu'à Rome de 1476 à 1491. Ses premières éditions vénitienes correspondent à son déménagement dans la lagune, vers 1491-1492. Mancinelli a sans doute profité d'être physiquement à Venise pour travailler à sa publication dans les presses de la ville, ce qui devait lancer sa diffusion européenne. Mais avant de publier son propre ouvrage de rhétorique latine en novembre 1492, il est présent comme commentateur dans les œuvres complètes de Virgile publié par Filippo Pincio entre décembre 1491 et octobre 1492 qui comprennent les commentaires de nombreux humanistes très en vue dans l'édition vénitienne, dont Domizio Calderini²⁵. On compte onze éditions avant 1499 mentionnant ensemble Calderini et Mancinelli, dont huit imprimées à Venise. Une édition de 1492 des *Satires* de Juvénal associe également les commentaires d'Antonio Mancinelli et Giorgio Valla, comme cela avait déjà été le cas auparavant, mais également celui de Domizio Calderini.
- 30 Antonio Mancinelli connaît à partir de ces années-là un très grand succès éditorial à Venise et ailleurs en Europe, notamment en Allemagne et en France, c'est-à-dire dans des espaces où les œuvres de Calderini étaient bien diffusées et même imprimées auparavant. L'association récurrente des deux auteurs a sans doute permis à Mancinelli de s'affirmer dans le paysage éditorial vénitien. Alors que ses œuvres personnelles sont d'abord imprimées chez des imprimeurs de petit calibre – Giovanni Roscius et Jacobo de Paganini en 1492 –, ses commentaires sont tout de suite imprimés chez les plus gros imprimeurs de la ville comme Filippo Pincio ou Giovanni Tacuino²⁶. Ce n'est que dans un second temps que son *Donatus meglior*, sa révision de la grammaire latine de référence, et ses poésies sont imprimés chez Tacuino, en 1493. Il collabore alors avec parmi les imprimeurs les plus influents de Venise à tout point de vue : la famille Scotti, Boneto Locatello, Giovanni Tacuino... des imprimeurs très productifs, bien insérés dans le milieu du livre et touchant différents marchés européens. Les éditions vénitienes entre 1491 et 1495 montrent à quel point Antonio Mancinelli devient rapidement un nom important en étant associé à des noms très installés des livres imprimés à cette époque. À partir de là, Antonio Mancinelli connaît un grand succès sur la scène européenne, avec la multiplication d'éditions à Milan, Paris, Lyon et certaines villes germaniques notamment.
- 31 Le passage par le commentaire à plusieurs voix, associées à des humanistes déjà très diffusés, faisait office de test pour des imprimeurs qui avaient besoin d'assurance pour se lancer dans un nouveau projet éditorial. Ce processus montre également la prudence voire le conservatisme dont certains imprimeurs faisaient preuve ; ils pouvaient se le permettre, les auteurs contemporains voulant se faire imprimer ne manquant pas. Le rapport de force entre imprimeur et intellectuel ne pouvait s'équilibrer que si le nom de l'auteur devenait une référence sur le marché. Mancinelli a de toute évidence réussi ce pari. Au contraire, les dizaines de noms solitaires des réseaux étudiés précédemment ont été utilisées ponctuellement pour la nouveauté qu'ils pouvaient apporter, mais du point de vue des imprimeurs en position d'autorité sur le marché, ils ne semblent pas

avoir représenté un investissement suffisamment intéressant pour retenir l'expérience.

- 32 Le lien qu'Antonio Mancinelli a tissé dans les éditions vénitiennes avec Domizio Calderini n'est certainement pas le seul facteur qui lui a permis ce succès. Il s'agit néanmoins d'un élément important et déterminant si l'on considère la chronologie des éditions. Antonio Mancinelli, en associant son nom à celui déjà bien établi de Domizio Calderini dans les presses vénitiennes, a permis de se présenter comme le continuateur de ces commentaires, pour également s'affirmer comme auteur à proprement parler dans les presses européennes. Son autorité se nourrit de l'association à des noms de lettrés connus et sûrs, ce qui a lui a attiré la confiance de certains des plus importants imprimeurs vénitiens.

*

- 33 L'analyse de réseau que nous avons menée a permis de mettre en évidence les dynamiques qui associent monde lettré et monde économique de l'imprimerie vénitienne à ses débuts. Les presses se sont construites par l'utilisation réciproque des ateliers et des grands noms lettrés, dont le prestige légitimait les grandes entreprises typographiques. Avec le développement de l'imprimerie, les noms d'auteurs contemporains se font plus nombreux et sont davantage associés. Le rapport de force qui se construit en faveur des imprimeurs avec un vivier intellectuel ne fait que s'accroître. Le prestige des auteurs est plus diffus et se nourrit de l'association de plusieurs noms d'auteurs dans une même édition. Les temporalités des différenciations entre ces acteurs répondent à des logiques et à des rythmes différents. Derrière les grandes carrières éditoriales d'humanistes comme Érasme ou Sabellico, la plupart sont des pions éphémères dans les stratégies éditoriales des imprimeurs ; d'autres encore, comme Antonio Mancinelli, ont su jouer de ces nouvelles données stratégiques pour prouver leur rentabilité sur le marché du livre européen.
- 34 Ces réseaux sociaux, analysés dans leur épaisseur chronologique, permettent de redonner une vraie dimension temporelle à l'invention de l'imprimerie et à la naissance d'un système éditorial. Ces évolutions rapides mettent en place un marché et une industrie culturelle, dans laquelle les lettrés perdent une partie du contrôle qu'ils ont sur leurs œuvres, et dans laquelle la concurrence pour l'accès aux presses est particulièrement élevée. Certains ont pu et su construire leur réputation européenne grâce à l'imprimerie, mais il faut replacer ces succès dans le cadre plus général d'une production culturelle qui utilise des textes et des compétences intellectuelles diverses, abondantes et dans laquelle on ne prête qu'aux riches, c'est-à-dire à ceux qui ont déjà su faire preuve de leur rentabilité. Les imprimeurs y trouvent leur intérêt pour offrir des textes nouveaux ou renouvelés à un public de plus en plus demandant ; les lettrés y trouvent des opportunités. Mais ce système éditorial s'inscrit dans des logiques de marché et de concurrence qui apparaissent parfois bien loin des grandes évolutions retracées par l'histoire des idées européennes.

BIBLIOGRAPHIE

- ACCOMINOTTI F., 2008. « Marché et hiérarchie. La structure sociale des décisions de production dans un marché culturel », *Histoire & Mesure* 23 (2), p. 177-218.
- ALLEN P.S., 1916. "Erasmus Relations with his Printers", *The Library* 13, p. 297-322.
- ARNOUX M., MONNET P. (dir.), 2004. *Le Technicien dans la cité en Europe occidentale 1250-1650*, Rome, École française de Rome.
- BECKER H.S., 1982. *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press.
- BRAUNSTEIN P., 2003. *Travail et entreprise au Moyen Âge*, Bruxelles, De Boeck.
- CAVACIOCCHI S. (dir.), 1992. *Produzione e commercio della carta e del libro secc. XIII-XVIII*, Florence, Le Monnier (Atti delle settimane di studio e altri convegni – Istituto internazionale di storia economica "F. Datini").
- CELLIER J., COCAUD M., 2012. *Le Traitement des données en Histoire et Sciences Sociales. Méthodes et outils*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- CHARTIER R., 2015. *La Main de l'auteur et l'esprit de l'imprimeur : XVI^e-XVIII^e siècle*, Paris, Gallimard.
- CROUSAZ K., 2005. *Érasme et le pouvoir de l'imprimerie*, Lausanne, Éditions Antipodes.
- EISENSTEIN E.L., 1991. *The Printing Press as an agent of change : communications and cultural transformations in early modern Europe*, Cambridge, Cambridge University Press.
- FORSÉ M., 2008. « Définir et analyser les réseaux sociaux », *Informations sociales* 147, p. 10-19.
- FURNO, M., MOUREN, R. (dir.), 2012. *Auteur, traducteur collaborateur, imprimeur... qui écrit ?*, Paris, Classiques Garnier.
- GIUFFRÉ K., 1999. "Sandpiles of opportunity : success in the art world", *Social Forces* 77 (3), p. 815-832.
- GRAFTON A.T., 2011. *Humanists with inky fingers: the culture of correction in Renaissance Europe*, Florence, Leo S. Olschki (The Annual Balzan lecture).
- GRENDLER P., 1989. *Schooling in Renaissance Italy: literacy and learning, 1300-1600*, Baltimore.
- HELLINGA L., 2015. *Fare un libro nel Quattrocento. Problemi tecnici e questioni metodologiche*, Udine, Forum.
- HELLINGA L., 2014. *Texts in transit: manuscript to proof and print in the fifteenth century*, Leiden Boston (Mass.), Brill (Library of the written word).
- HINDMAN S.L., 1991. "Introduction", HINDMAN S. L. (dir.), *Printing the written word: the social history of books, circa 1450-1520*, Ithaca, University of Chicago Press, p. 1-18.
- HIRSCH R., 1974. *Printing, Selling and Reading, 1450-1550*, Wiesbaden, Harrassowitz.
- KIKUCHI C., 2016. *Venise et le monde du livre, 1469-1530*, Thèse de doctorat, Paris, Université Paris-Sorbonne.
- KIKUCHI C., 2014. « La production incunable vénitienne et le milieu du livre : une approche quantitative et comparative », *Gazette du livre médiéval* 61, p. 36-54.

- LAZEGA E., 2009. « Théorie de la coopération entre concurrents : organisation, marché et analyse de réseaux », dans *Traité de sociologie économique*, Paris, PUF, p. 533-571.
- LE GOFF J., 1957. *Les Intellectuels au Moyen Âge*, Paris, Seuil.
- LEMERCIER C., 2005. « Analyse de réseaux et histoire », *Revue d'histoire moderne et contemporaine* 52 (2), p. 88-112.
- LOWRY M., 1998. "The Manutius publicity campaign", in ZIEDBERG D. (dir.), *Aldus Manutius and Renaissance Culture*, Florence, Olschki, p. 31-46.
- LOWRY M., 1991. *Nicholas Jenson and the rise of Venetian publishing and Renaissance Europe*, Oxford, Blackwell.
- LOWRY M., 1981. "The social world of Nicholas Jenson and John of Cologne", *La Bibliofilia* 83, p. 193-218.
- LOWRY M., 1979. *The World of Aldus Manutius : business and scholarship in Renaissance Venice*, Ithaca, Cornell University Press.
- MELLIDI C., 2007. « Mancinelli, Antonio », *Dizionario Biografico degli Italiani* 68.
- MENGER P.-M., 2009. *Le travail créateur : s'accomplir dans l'incertain*, Paris, Gallimard/Seuil.
- MINOIS G., 1995. *Censure et culture sous l'Ancien Régime*, Paris, Fayard.
- MOULIN R., 1967. *Le Marché de la peinture en France*, Paris, Éditions de Minuit.
- NUOVO A., 2013. *The Book Trade in the Italian Renaissance*, Leiden/Boston, Brill.
- ORNATO E., 1997. « Les conditions de production et de diffusion du livre médiéval (XIII^e-XV^e siècles). Quelques considérations générales », in ORNATO E. (dir.), *La Face cachée du livre médiéval. L'histoire du livre vue par Ezio Ornatò, ses amis, ses collègues*, Rome, Viella, p. 97-116.
- OUVRY-VIAL, B., RÉACH-NGÔ, A. (dirs.), 2010. *L'Acte éditorial : publier à la Renaissance et aujourd'hui*, Paris, Classiques Garnier.
- PADGETT J.F., ANSELL C.K., 1993. "Robust action and the rise of the Medici, 1400-1434", *The American Journal of Sociology* 98 (6), p. 1259-1319.
- PASTORELLO E., 1966. « Per un'Accademia Aldina », *La Bibliofilia* 68, p. 273-282.
- PEROSA A., 1973. « Calderini, Domizio », *Dizionario Biografico degli Italiani*, 16.
- PODOLNY J.M., 2001. "Networks as the pipes and prisms of the market", *American Journal of Sociology* 107 (1), p. 33-60.
- RÉACH-NGÔ, A. (dir.), 2014. « Publier l'inédit à la Renaissance. Du recyclage à la création », dans *Créations d'atelier : l'éditeur et la fabrique de l'oeuvre à la Renaissance*, Paris, Classiques Garnier, p. 21-27.
- REDGRAVE G.R., 1894. *Erhard Ratdolt and his work at Venice*, Berlin, Chiswick Press.
- ROSÉ I., 2011. « Reconstitution, représentation graphique et analyse des réseaux de pouvoir au haut Moyen Âge. Approche des pratiques sociales de l'aristocratie à partir de l'exemple d'Odon de Cluny († 942) », *REDES* 21 (5), p. 199-272.
- RUZZIER C., HERMAND X., ORNATO E., 2012. *Les Stratégies éditoriales à l'époque de l'incunable : le cas des anciens Pays-Bas*, Turnhout, Brepols.

- SALZBERG R., 2014. *Ephemeral City. Cheap print and urban culture in Renaissance Venice*, Manchester, Manchester University Press.
- SALZBERG R., 2011. "Masculine republics : establishing authority in the early modern Venetian printshop", in BROOMHALL S. et VAN GENT J. (dir.), *Governing Masculinities in the early modern period*, Farnham/Burlington, Ashgate, p. 47-64.
- STROMER W. VON, 2000. *Gutenbergs Geheimnis. Von Turfan zum Karlstein. Die Seidenstraße als Mittler der Druckverfahren von Zentralasien nach Mitteleuropa*, Genf, Slatkine.
- TROVATO P., 1998. *L'Ordine dei tipografi : lettori, stampatori, correttori tra Quattro e Cinquecento*, Roma, Bulzoni.
- TROVATO P., 1991. *Con ogni diligenza ricorretto. La stampa e le revisioni editoriali dei testi letterari italiani, 1470-1570*, Bologne, Il Mulino.
- VANAUTGAERDEN A., 2012. *Érasme typographe*, Genève, Droz.
- VOLPATI C., 1932. « Gli Scotti di Monza. Tipografi-editori in Venezia », *Archivio storico lombardo* 59, p. 365-382.
- WEISS R., 1960. « In memoriam Domitii Calderini », *Italia medioevale e umanistica* 3, p. 309-322.
- WHITE H.C., 2011. *Identité et contrôle. Une théorie de l'émergence des formations sociales*, Paris, Éditions de l'EHESS.
- ZORZI M., 1986. "Stampatori tedeschi a Venezia", *Venezia e la Germania : arte, politica, commercio, due civiltà a confronto*, Milan, Electa, p. 115-133.

NOTES

1. Voir le livre et les conclusions très contestées d'Elizabeth Eisenstein (1991) : selon l'auteure, l'imprimerie a été une révolution transformant radicalement les conditions de la vie intellectuelle. Une discussion des méthodes employées dans cet ouvrage peut être trouvée dans Hindman (1991) : elle rappelle en particulier que beaucoup des innovations supposées de l'imprimerie sont présentes dans la culture des scribes et que l'argumentation d'Eisenstein se centre sur l'élite littéraire. Sarah Hindmann appelle alors à se tourner vers l'histoire sociale, économique ou politique, à étudier les interactions entre le livre et ses producteurs, entre le livre et ses lecteurs, au lieu d'étudier l'imprimerie uniquement à partir de l'histoire des idées.
2. Le caractère industriel de l'imprimerie – comme d'autres activités de production au Moyen Âge – est largement accepté par l'historiographie du travail médiéval. La distinction entre artisanat et industrie est ainsi définie par Philippe Braunstein comme « la commercialisation d'une production massive, en série, de qualité constante » (Braunstein, 2003, p. 94).
3. Dans les travaux récents sur ce sujets, on citera en particulier Furno et Mouren, 2012 ; Ouvry-Vial et Réach-Ngô, 2010 ; Réach-Ngô, 2014, dans la lignée des travaux de Roger Chartier, en particulier ceux synthétisés dans Chartier (2015).
4. Nous prenons le terme « intellectuel » au sens de Jacques Le Goff (1957) : « celui qui fait métier de penser et d'enseigner sa pensée », dans un sens large. Nous considérons que les noms d'auteurs ou de contributeurs des imprimés à la fin du xv^e siècle sont des intellectuels ou plutôt, font un travail intellectuel, dans la mesure où ils contribuent à la diffusion d'une pensée.
5. Une première version de ces analyses a été présentée à la *Sixteenth-Century Society and Conference* d'août 2016, dans le panel organisé par Renaud Adam et Sandra Toffolo. Ces analyses ont sensiblement évolué depuis cette présentation mais je les remercie néanmoins

chaleureusement de m'avoir donné l'occasion de présenter une première version de ce travail et des remarques qu'ils ont pu me faire. Je remercie également vivement les experts anonymes de la revue *Temporalités* dont les suggestions ont grandement contribué à améliorer cet article et à ouvrir des pistes de réflexion pour le futur.

6. Nous ne pouvons retracer ici les développements de cette méthode en histoire, et encore moins en sociologie. Nous nous contenterons de citer l'article fondateur de Padgett et Ansell, 1993 ; Lemercier (2005), qui pose des jalons essentiels pour l'utilisation raisonnée de cette méthode ; et enfin Rosé (2011), qui a été une étape importante pour l'utilisation de cette méthode en histoire médiévale.

7. Cette base a été conçue et réalisée par la *British Library* : <http://data.cerl.org/istc>.

8. Voir les explications méthodologiques dans Ruzzier, Hermand et Ornato, 2012. Nous en avons proposé une exploitation pour Venise, visant à esquisser les grands traits de la production et des stratégies éditoriales des ateliers vénitiens (Kikuchi, 2014). Je remercie sincèrement Ezio Ornato de m'avoir permis d'utiliser cette base de données.

9. L'historiographie concernant l'imprimerie vénitienne est pléthorique. On se référera en particulier à Lowry, 1979, 1991 ; Salzberg, 2014.

10. Nous nous référons en particulier au Thesaurus du CERL et à la base de données de la BNF, ainsi qu'aux encyclopédies de Treccani en ligne pour les personnages les plus connus.

11. Pour une synthèse de ces questions, on se permet de renvoyer à Kikuchi, 2016.

12. Voir Podolny, 2001.

13. Voir les travaux fondateurs de Becker, 1982 ; Moulin, 1967 ; sur la construction d'analyses de réseaux à partir de ces relations, voir Accominotti, 2008 ; Giuffrè, 1999.

14. Nous n'avons pas pris en compte 1500 car cela introduisait un biais statistique. En effet, de nombreuses éditions dans l'ISTC sont estimées être imprimées autour de 1500 ; cette année-là voit donc un pic anormal de production. Cela entraîne sans doute une légère incomplétude des données en fin de période, puisque certaines éditions des dernières années du xv^e siècle, datées approximativement de 1500, sont exclus de cette analyse, mais cela nous a semblé préférable et ne nous semble pas influencer de façon importante sur l'interprétation des résultats. Les tranches chronologiques sont de 5 puis de 4 ans, ce qui permet de tenir compte de l'augmentation drastique du nombre d'acteurs et de liens et de mettre en parallèle des réseaux de taille comparable pour mieux comparer leur structure. Certaines comparaisons chiffrées entre les périodes ne seront cependant pas possibles pour cette raison.

15. Les représentations graphiques et les calculs ont été réalisés sur le logiciel Visone. Nous avons choisi sur les graphes de garder les noms tels qu'ils apparaissent dans l'ISTC pour faciliter des recherches ultérieures ou des vérifications sur ce sujet. Les noms ont été donnés dans leur forme la plus commune dans le corps du texte. Sur les graphes les plus denses, nous avons parfois fait le choix de ne pas indiquer les noms correspondant aux nœuds, pour des raisons de lisibilité.

N.B. : certains imprimeurs sont reliés avec eux-mêmes car ils ont imprimé leurs propres textes.

16. À travers tous ces exemples, nous avons à faire à des relations directes entre le lettré et l'imprimeur, qui aboutit à une édition spécifique : ce n'est cependant pas le cas tout le temps, et la compétition effective pour imprimer tel ou tel nom ne sont pas forcément à comprendre de la même manière pour des auteurs qui ne sont pas en lien direct avec les imprimeurs.

17. Voir la notice dans le *Dizionario Biografico degli Italiani*.

18. On retrouve des analyses comparables dans Lazega (2009), où au sein d'un système concurrentiel, des partenaires se trouvent et créent un réseau dense qui permet d'asseoir la réputation et les identités des acteurs.

19. Au sens où l'emploie Pierre-Michel Menger (Menger, 2009).

20. Un 3-noyau est un groupe de nœuds au sein duquel tous les nœuds sont reliés à au moins trois autres nœuds du même groupe.

21. Sur l'importance de la réputation dans le commerce du livre, voir notamment Lowry, 1998 ; Salzberg, 2011 ; Nuovo, 2013.
22. N° ISTC : ij0657000.
23. Voir la numérisation de l'exemplaire de la Bayerische Staatsbibliothek : BSB-Ink I-688 - GW M15780 : <http://daten.digitale-sammlungen.de/~db/0005/bsb00054884/images/>.
24. D'après les données de l'ISTC.
25. N° ISTC : iv00188500.
26. Ces deux imprimeurs sont très productifs et leur activité se poursuit au XVI^e siècle. Pour leur position dans le milieu des imprimeurs vénitiens, on se permet de renvoyer à Kikuchi, 2016.

RÉSUMÉS

On applique ici la méthode de l'analyse de réseau pour comprendre les temporalités de la construction de l'imprimerie, comme activité économique associant des hommes de lettres et des acteurs économiques. À partir des informations contenues dans l'*Incunabula Short Title Catalogue*, deux types de réseaux sont construits pour les éditions imprimées à Venise entre 1469 et 1500. Le premier permet d'observer le vivier des noms d'auteurs présents dans les éditions. Le second permet d'aller plus loin dans les notions de centralité et d'autorité dans le réseau. Les presses vénitiennes se sont construites par l'utilisation réciproque des ateliers et des grands noms lettrés, dont le prestige légitimait les grandes entreprises typographiques. Avec le développement de l'imprimerie, les noms d'auteurs contemporains se font plus nombreux. Pour l'ensemble des lettrés impliqués dans l'imprimerie, cela se traduit par un rapport de force en leur défaveur. Les imprimeurs organisent eux-mêmes leurs collaborations en choisissant dans un vivier qui ne fait que s'accroître. Le prestige des auteurs est plus diffus et se nourrit de l'association de plusieurs noms dans une édition. Mais certains ont su particulièrement bien en jouer, comme le montre l'exemple d'Antonio Mancinelli. Ces réseaux éditoriaux, analysés dans leur épaisseur chronologique, permettent ainsi de redonner une vraie dimension temporelle à la construction d'une nouvelle industrie culturelle.

By applying social network analysis, we study how the printing world became an economic activity in which scholars and printers were associated. We follow the chronology and temporality of this construction, often overlooked in previous research. Thanks to data contained in the *Incunabula Short Title Catalog*, we see that two networks of Venetian publishers grew up between 1469 and 1500. The first allows us to observe the construction of a pool of scholars. The second permits delving further into the notions of centrality and authority in this new social and economic universe. In Venetian printing presses, scholars and printers supported each other at first. The names of important humanists lent legitimacy and prestige to the new entrepreneurs. With time, however, the names of scholars in Venetian editions being more numerous also meant that the balance of power was more to their disadvantage. The authors' prestige became more diffuse, also due to the number of editions that mentioned two or more contemporary authors at the same time. Some authors however, managed to take advantage of this phenomenon, as the example of Antonio Mancinelli shows. These editorial networks, analyzed in diachronic perspective, give us the opportunity to study printing not only as a revolutionary invention which suddenly transformed European society, but also as a cultural industry in the making.

Se aplica aquí el método del análisis de redes sociales para comprender las temporalidades de la construcción de la imprenta como actividad económica que asocia hombres de letras y actores económicos. A partir de las informaciones contenidas en el *Incunabula Short Title Catalogue*, vemos construirse dos tipos de redes para las ediciones impresas en Venecia entre 1469 y 1500. La primera red permite observar el vivero de nombres de autores presentes en las ediciones. La segunda red permite profundizar las nociones de centralidad y autoridad en la red. Las prensas venecianas se construyeron a través de una utilización recíproca de talleres y grandes letrados, cuyo prestigio legitimaba a las grandes empresas tipográficas. Con el desarrollo de la imprenta se acrecentaron los nombres de autores contemporáneos. Para el conjunto de los letrados implicados en el mundo de la imprenta, dicho desarrollo provocó un cambio en la relación de fuerzas, que los desfavoreció: los tipógrafos organizaban autónomamente sus colaboraciones, eligiéndolas en viveros que no hacían sino crecer. Alimentado por la asociación de múltiples nombres, el prestigio de los autores se volvió más difuso. Sin embargo, algunos letrados supieron sacar partido de la situación con especial maestría, como en el caso de Antonio Mancinelli. Estas redes editoriales, analizadas a través de su espesor cronológico, restablecen una auténtica dimensión temporal a la construcción de una nueva industria cultural.

INDEX

Palabras claves : Venecia, imprenta, incunable, edición, análisis de redes

Mots-clés : Venise, imprimerie, incunable, édition, analyse de réseau

Keywords : Venice, printing, incunabula, edition, social network analysis

AUTEUR

CATHERINE KIKUCHI

École française de Rome, Piazza Navona 62, 00186 Roma, Italie

Catherine_kikuchi@hotmail.fr