



HAL
open science

Le #Bookporn sur Instagram : poétique d'une littérature ornementale ?

Marine Siguier

► **To cite this version:**

Marine Siguier. Le #Bookporn sur Instagram : poétique d'une littérature ornementale ?. Communication & langages, 2020, Poétisation des réseaux sociaux, 203, pp.63-80. 10.3917/comla1.203.0063 . hal-03774472

HAL Id: hal-03774472

<https://hal.science/hal-03774472v1>

Submitted on 21 Jan 2025

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 #Bookporn sur Instagram : poétique d'une littérature ornementale ?

Communication & langages, N° 203(1), 63 -80.

<https://doi.org/10.3917/comla1.203.0063>.

Résumé :

Cet article propose une analyse du phénomène « bookporn » sur Instagram, qui correspond à la mise en scène du livre selon un certain nombre de normes visuelles implicites, structurées à la fois par les usages des internautes et le cadrage éditorial de la plateforme. Il s'agira de montrer que loin d'être l'incarnation d'un ethos littéraire à rebours du flux médiatique, les effets « poétisants » de ces iconographies épousent les normes édictées par le dispositif, plus qu'ils ne les renversent. À cet égard, la présence du livre sur Instagram ne relève pas d'un processus de subversion des logiques du réseau social, mais constitue plutôt la déclinaison d'une potentialité de thématisation offerte par Instagram. À travers les pratiques du « bookporn » se pose donc la question de ce que la littérature fait aux réseaux sociaux, mais également de ce que les réseaux sociaux font à la mise en représentation du littéraire.

Mots-clés : iconographies littéraires, Instagram, littérature, médiagenie, industries culturelles, bookporn

Dans *Le littéraire et le social*, Robert Escarpit décrit la littérature comme un processus communicationnel, qui se caractérise à la fois par un *projet* (l'œuvre brute), une *démarche* (celle du lecteur) et un *médium* (le livre). Ce dernier constitue dans cette perspective la pierre angulaire des interactions, à la charnière entre émetteur et récepteur. « Produit social¹ », par excellence, le livre est traditionnellement assimilé à sa dimension transcendante, en tant qu'instrument de passage vers des univers alternatifs et condensés, « capable de libérer toute une foule de sons, d'images, de sentiments, d'idées, d'éléments d'information en leur ouvrant les portes du temps et de l'espace² ».

Mais au-delà de la capacité du texte à véhiculer des histoires et des récits, il existe une fonction communicationnelle plus concrète du livre, envisagé dans sa dimension matérielle. Nous proposons de nous pencher dans cet article sur cette pragmatique de l'objet, dont la fonction d'échange mobilise une poétique livresque. Dans *Le livre et la peinture*, Robert Bared identifie l'offrande du livre comme une pratique ayant connu son apogée au xv^e siècle, « où le codex pouvait encore être, avant la diffusion du livre imprimé, aussi précieux par son unicité que par sa richesse ornementale³ ». Le don du livre y est alors indissociable du don de la beauté de l'objet, et constitue à cet égard le sujet privilégié de nombreuses représentations picturales. Ces iconographies du livre comme objet d'échange esthétisé se prolongent et

¹ Escarpit Robert (dir.), *Le littéraire et le social. Éléments pour une sociologie de la littérature*, Paris, Flammarion, 1970, p. 31.

² Ibid., p. 374.

³ Bared Robert, *Le livre dans la peinture*, Paris, Citadelles et Mazenod, 2015, p. 14.

s'accomplissent aujourd'hui en contexte numérique, à l'instar du phénomène « bookporn » sur Instagram.

Le hashtag « bookporn », correspond à plus de deux millions de publications sur Instagram. Il désigne une manière spécifique de mettre en scène le livre lu, qui répond à des normes esthétiques particulières. Le suffixe *-porn*, dissocié de sa connotation sexuelle initiale, indique ici l'aspect central du désir dans ces mécanismes de mise en image⁴. Le « bookporn » constitue une pratique répandue au sein de la sphère « bookstagram », appellation vernaculaire qui désigne l'ensemble des publications consacrées à la littérature sur Instagram. L'appartenance à la « communauté bookstagram » relève exclusivement de pratiques d'autolabellisation englobant des contenus foisonnants et diversifiés, ce qui contribue à brouiller les frontières de cet « espace » littéraire.

Précisons donc d'emblée que face à la prolifération des images correspondant à cette pratique, nous adopterons une posture éloignée des (illusoires ?) enjeux de représentativité quantitative. Nous proposons, dans le sillage d'autres chercheurs en sciences de l'information et de la communication, d'appuyer nos analyses sur nos propres pratiques de flânerie numérique, visant à faire émerger des « trouvailles vernaculaires⁵ », guidées à la fois par notre propre subjectivité de recherche et par le cadrage éditorial du dispositif, qui permet de regrouper *via* un système de recommandation ces images étiquetées « #bookporn » par les internautes. Il s'agira par la suite d'isoler quelques-unes de ces saillances iconographiques, mobilisées dans cet article à titre d'exemple.

Nous proposons de saisir ce phénomène spécifique qu'est le « bookporn », au carrefour entre un héritage littéraire qui interroge la construction des identités numériques, et la puissance de standardisation du dispositif qui impose des stéréotypes de mise en scène transcendant la spécificité des contenus. Ainsi, de la même manière que les sociabilités de salon au xvii^e siècle ont engendré de nouvelles normes textuelles (caractères, fables...), nous posons l'hypothèse que les sociabilités numériques donnent lieu à l'émergence d'une poétique ambivalente.

Loin d'être l'incarnation d'une spécificité littéraire à rebours du flux médiatique, nous verrons que les effets « poétisants » de ces iconographies épousent les cadrages éditoriaux du dispositif, bien plus qu'ils ne les renversent. À cet égard, la présence du livre sur Instagram ne relève pas d'un processus de subversion des logiques du réseau social, mais constitue plutôt la déclinaison d'une potentialité de thématization offerte par la plateforme. À travers les pratiques du « bookporn » se pose donc la question de ce que la littérature fait aux réseaux sociaux, mais également de ce que les réseaux sociaux font à la mise en représentation du littéraire.

On cherchera d'abord à saisir la manière dont la coexistence du corps du lecteur et du corps du livre à l'image permet de prolonger la logique de dévoilement de soi propre au réseau social, à l'aune d'un certain ethos littéraire. Cette mise en scène des singularités lectorales mobilise alors des scénographies du livre qui répondent à un certain nombre de normes implicites, tributaires à la fois des enjeux de standardisation du dispositif et des pratiques des

⁴ Le chercheur José Antonio Sánchez Fajardo souligne la perte de la connotation sexuelle associée au terme, autorisée par un glissement sémantique qui a dissocié le « porn » de son terme originel « pornography », in Sanchez Fajardo et José Antonio, « Not all that glitters is sex », *American Speech*, no 93, 2018.

⁵ Nous empruntons cette expression à Gustavo Gomez Mejia, employée lors d'un séminaire sur les corpus nativement numériques organisé par Christine Barats (CEDITEC), le 25 janvier 2019.

usagers, et qui contribuent à la poétisation du livre comme objet. Signe ultime de la capacité circulante des nouvelles iconographies littéraires, cette esthétique livresque est parfois reprise par les industries culturelles : les normes du « bookporn », initiées par les individus lecteurs, sont progressivement adoptées sur les comptes Instagram des maisons d'édition, des librairies, des auteurs ou des marques.

1. Ce que l'éthos littéraire fait à l'identité numérique : des scénographies corporelles subverties ?

La réactivation de la puissance communicationnelle de l'objet livre passe en premier lieu par un réinvestissement de l'héritage humaniste. Les scénographies du lecteur sur Instagram constituent une traduction littérale de la rhétorique du « je lis donc je suis » développée à la Renaissance⁶. Avec Montaigne, la lecture est présentée comme constitutive de la singularité de l'individu, et cette valorisation des subjectivités littéraires s'avère particulièrement médiagénique en contexte numérique. L'incitation au récit de soi propre à l'expérience littéraire rencontre ainsi l'incitation au récit de soi industrialisée par les « réseaux sociaux ».

Depuis l'âge classique, le livre tient à l'image un rôle « synecdochique », qui signale par proximité la personne « du lecteur, de l'écrivain, du poète ou du philosophe⁷ ». Les représentations du littéraire en peinture ne peuvent faire l'économie d'une figuration de l'objet livre, à « titre d'attribut symbolique⁸ », tour à tour brandi, déchiffré ou réduit à la présence discrète d'une bibliothèque en arrière-plan. Ce dernier est ainsi érigé au centre des représentations d'une certaine culture livresque, qui perdure dans les iconographies circulant sur les plateformes numériques de partage d'image. Cependant, au sein de ces nouveaux espaces numériques, le livre semble parfois déborder sa seule fonction d'accessoire pour devenir une présence centrale à l'écran, au prix d'un effacement progressif du corps du lecteur.

Les représentations conjointes du corps du lecteur et du corps du livre sur Instagram s'accomplissent dans un processus d'hybridation. Le corps du lecteur s'efface et se fond dans l'objet inanimé, et se donne à voir seulement par fragments métonymiques (des mains dont le livre apparaît comme la prolongation, des genoux sur lesquels ce dernier est posé, etc). Cette fusion iconisée fait écho à la puissance magique du livre qui « possède » le lecteur. Elle constitue une illustration littérale de ce que Bourdieu appelle l'« incorporation », décrite comme « le modelage affectif, l'empreinte laissée par certains livres⁹ » sur l'individu. À l'image, le livre est incorporé visuellement au corps du lecteur. Notons que ces représentations du corps tronqué ne sont pas spécifiques au « bookporn », mais relèvent d'une « esthétique » Instagram généralisée¹⁰, sur laquelle nous reviendrons plus loin.

⁶ Jeanneret Michel, « Je lis, donc je suis. Herméneutique et conscience de soi à la Renaissance », Émergence du sujet, Paris, Droz, 2005.

⁷ Dethurens Pascal, « L'homme aux livres : entre pouvoir et énigme », L'homme-livre, Paris, L'Harmattan, 2007, p. 18.

⁸ Laisney Vincent, En lisant en écoutant, Paris, Les Impressions nouvelles, 2017, p. 20.

⁹ Leveratto Jean-Marc, Leontsini Mary, Internet et la sociabilité littéraire, Paris, Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2008, p. 144.

¹⁰ Manovich Lev, Instagram and Contemporary Image, 2017 (publié en ligne – Licence Creative Commons), p. 122.



Figure 1. « Métonymisation » du corps du lecteur sur Instagram.

C'est donc un effacement des figurations lectorales, au profit de ce que Michel Foucault désignait comme la « théâtralité autonome et aléatoire du Livre¹¹ », qu'on observe dans le « bookporn ». Cet effacement progressif culmine parfois dans la disparition totale des corps. Sur Instagram se multiplient ainsi les images du livre seul, figure centrale qui devient l'objet (le sujet ?) de focalisation des regards. En témoignent le succès des « bookshelfie » (contraction de *bookshelf* et de *selfie*, qui consiste à publier des photographies de sa bibliothèque), et les nombreux pseudonymes qui font signe vers le livre davantage que vers l'individu lecteur (livresàlire, un océan de livres, prettybooks, le monde est un livre, la bibliothèque des rêves, etc.) (voir figure 2).

¹¹ Ibid.



Figure 2. Exemple de « bookshelfie » sur Instagram.

Faut-il pour autant assimiler ces pratiques numériques à la conception blanchotienne d'une littérature sacrificielle, où l'espace littéraire ne pourrait exister que si l'écrivain et le lecteur renoncent à toute forme d'énonciation expressive individuelle ? Dans cette perspective, ces scénographies littéraires pourraient être envisagées comme des moyens de subversion de la logique des « réseaux sociaux », qui capitalisent habituellement sur la figuration des individualités, plus « engageante » que celle des objets¹². Nous avancerons au contraire que ce portrait du lecteur *in absentia* s'inscrit en réalité dans un prolongement des logiques de la plateforme poussé à son paroxysme. Lev Manovich identifie ainsi l'« anti-selfie » comme une pratique circulante sur Instagram, dans la mesure où l'auteur de la photo ne se donne plus à voir comme *extérieur à la scène*, mais il y est au contraire intégré. Le point de vue adopté qui correspond à ce qu'on appelle tour à tour « caméra subjective » au cinéma, « POV » (point of view) dans les films pornographiques, ou « FPS » (first person shooter) dans les jeux vidéo. Loin de s'inscrire à rebours du cadrage idéologique et esthétique imposé par le réseau social, ces photographies à la première personne en constitueraient alors le point culminant : l'identification est d'autant plus facilitée que l'internaute n'est plus figuré à l'écran mais incarné par le regard qu'il porte sur l'extérieur. L'expérience de lecture se donne à voir *en immersion*, à travers les yeux même du lecteur dont la présence est alors paradoxalement redoublée par son absence à l'image.

¹² Bakhshi Saeideh, Shamma David. & Gilbert Eric, « Faces engage us : Photos with faces attract more likes and comments on Instagram », Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, ACM, avril 2014

Cette notion d'« expérience » constitue un enjeu majeur de ces mises en scène spécifiques du littéraire. À la différence de sites consacrés à la critique littéraire amateur (Babelio, Livraddict, etc), l'« Instagramisme¹³ » incite à véhiculer « une atmosphère, une ambiance¹⁴ », davantage que des opinions argumentées. À l'aune de ce cadrage éditorial, le ressenti émotionnel du lecteur apparaît comme une thématique particulièrement médiagénique, et c'est alors un imaginaire littéraire spécifique qui se donne à voir à travers la mise en images. Les critiques du livre sont ainsi reléguées en second plan, c'est-à-dire dans la description accolée à la photo, parfois masquée lorsqu'elle est trop longue (il faut « dérouler » le texte pour pouvoir la lire), parfois totalement absente. Cette hiérarchisation des régimes sémiotiques signale ainsi le fonctionnement d'un dispositif où l'image est au coeur du contenu, qui privilégie l'*illustration* à l'*explicitation* de l'expérience littéraire. Mais ces mises en scène visuelles supposent l'adoption d'un langage commun. Face à la prolifération des images du livre esthétisé qui fleurissent sur la plateforme, il est possible d'identifier quelques critères récurrents de cette scénographie livresque, qui passent par une thématisation littéraire de formes circulantes non spécifiquement littéraires.

2. Une poétique livresque standardisée : tentative de définition du « bookporn »

Face à la diversité des images du livre sur Instagram, comment qualifier précisément le « bookporn » ? Confrontés à l'insaisissabilité de corpus numériques sans cesse renouvelés, nous proposons une définition non pas de ce que ces mises en scène du livre *sont réellement*, mais de ce qu'elles *disent être*. Tout contenu circulant sur ces plateformes est thématisé, catégorisé, désigné par les utilisateurs eux-mêmes, à travers l'usage d'un certain nombre de mots-clés descriptifs. C'est donc par l'analyse des publications associées au hashtag « #bookporn » que nous proposons une première approche de ces iconographies. En tant que phénomènes communicationnels à la croisée de dynamiques techniques, économiques et sociales, les hashtags fonctionnent comme des « embrayeurs de circulation¹⁵ ». Ces outils proposés par l'interface nous permettent d'envisager l'unité du « bookporn » non plus par l'angle de normes esthétiques communes, mais par un effet de regroupement standardisé. Le lissage par le dispositif crée une homogénéisation qui unifie la diversité des photographies en les regroupant derrière une même appellation. Nous choisissons donc de nous appuyer sur le système de recommandation du dispositif : est « bookporn » ce que l'algorithme reconnaît comme tel.

Nous empruntons notre second garde-fou méthodologique à Carolina Cambre, qui s'est attachée à un travail de définition similaire concernant le « foodporn ». La chercheuse proposait alors d'évacuer l'épineuse question du quantitatif en s'appuyant sur un corpus d'articles « conseils » à l'intention des internautes souhaitant réussir les photos de leurs assiettes. C'est donc par le biais de la lecture d'une cinquantaine d'articles prescriptifs adressés aux photographes littéraires en herbe sur Instagram¹⁶, que nous avons pu identifier quelques caractéristiques récurrentes, érigées en « bonnes pratiques » par les membres de

¹³ Manovich Lev, op. cit., p. 71.

¹⁴ Ibid., p. 119.

¹⁵ Marti Caroline, « Au nom du partage... Enjeux publicitaires d'une propagation photographique culinaire », colloque #foodporn : les mobiles du désir, organisé par le groupe de recherche « Mobile et Création » de l'IRCAV-Paris 3, le 14 décembre 2018.

¹⁶ Lecture exploratoire d'une cinquantaine d'articles, autour des mots-clés « conseils Bookstagram » (pour les articles francophones) et « bookstagram tips » (pour les articles anglophones), focalisée sur une période temporelle à la fois relativement restreinte (deux ans) et récente (de janvier 2017 à janvier 2019).

cette « communauté littéraire » autodésignée. Au lissage par le dispositif s'ajoutent donc les comportements autodisciplinés des usagers, qui contribuent à relayer et à intégrer des pratiques normées. Ces dernières sont alors clairement identifiées comme autant de tactiques de mise en visibilité de ses contenus dans un espace saturé de publications (« L'important est de s'adapter aux codes d'Instagram pour trouver son public¹⁷ »). Les « discours prescriptifs » étudiés fonctionnent ainsi comme un « art poétique » porteur de préceptes, d'axiologies, et de dialectiques bien identifiées. À travers ces modes d'emploi vernaculaires se déploient donc des relations de pouvoir, formulant des règles implicites parmi lesquelles figurent une injonction paradoxale à l'usage de la retouche, l'adoption d'un angle de vue privilégié et l'usage impératif d'accessoires.

2.1 Usages de la retouche

Les discours littéraires sur Instagram se caractérisent par la revendication d'un certain amateurisme, entrant parfois en contradiction avec les pratiques réelles, qui confinent à la professionnalisation. Les articles étudiés déconseillent ainsi aux internautes débutants d'investir dans du matériel professionnel : l'usage du téléphone portable est recommandé, en adéquation avec le discours d'escorte de la plateforme fondé sur les avantages de la photographie mobile. De même, la singularité et l'injonction à « être soi-même » sont systématiquement présentées comme des valeurs cardinales (« Regarde ce que font les autres mais ne copie pas¹⁸ » ; « il faut avoir sa propre personnalité car c'est d'abord à celle-ci que les gens adhèrent pour déterminer si ce que vous lisez va les intéresser¹⁹ »), valorisant un certain degré de spontanéité dans la production de contenu, ainsi que l'importance d'un décor intime et personnel, qui déjouent l'imaginaire de la critique professionnelle.

Cependant, tout en mobilisant un discours louant l'originalité des contenus et l'esthétique du bricolage, tous ces articles incitent à utiliser des normes formelles extrêmement cadrées par le dispositif. Les pratiques de « conditionnement esthétique des images²⁰ » (usage de filtres, palette de couleur récurrente, etc.) sont systématiquement encouragées voire présentées comme indispensables. De fait, les images estampillées « bookporn » font souvent l'objet d'un important travail de retouche, qui les rapproche parfois d'une esthétique « kitsch » assumée, conséquence de la sursémiotisation du Beau revendiquée par la plateforme (figure 3).

¹⁷ « Promouvoir ses livres grâce à Instagram », Librinova, 28 août 2018.

¹⁸ « My bookstagram journey: what did I learn? », sushmamanava.com, 8 février 2018.

¹⁹ « Comment devenir blogueuse littéraire », livresàlire.com, 2 juillet 2018.

²⁰ Fabre Maxime, « La photographie de presse au ban des dispositifs d'exposition numérique. Paris Match et l'AFP sur Instagram », Communication & langages, no 194, 2017, p. 87-103.



Figure 3. Esthétisation « kitch » du livre sur Instagram.

Lev Manovich opère une distinction entre le soin extrême apporté à l'esthétisation de ces « designed pictures » sur Instagram et les standards des photographies professionnelles : paradoxalement, le travail explicite sur l'image est associé aux pratiques amateurs²¹. Les internautes débutants sont ainsi soumis à une double injonction, caractéristique de la logique de ces dispositifs : répondre aux standards imposés tout en faisant montre de leur authenticité.

2.2 Un angle de vue privilégié : le flat lay

De la même manière, Manovich identifie le mimétisme formel comme une caractéristique de la photographie vernaculaire, qui la distingue de la photographie professionnelle : la consigne n'est plus « Si une image vous semble singulière, appuyez sur la détente », mais au contraire « si une image vous semble familière, capturez-la²² ». Dès lors, les pratiques d'imitation sont encouragées, et les « bookstagrammeurs » néophytes fortement incités à aller puiser leur inspiration sur d'autres comptes littéraires (« Regarde ce que font les autres²³ »). Certaines formes esthétiques se sédimentent alors en normes d'usages, à l'instar du « flat lay ».

²¹ Manovich Lev, op. cit., p. 42.

²² Ibid., p. 53, nous traduisons (« If you see an image you have ever seen before, click the shutter », « If your image looks like images you have seen before, capture it »).

²³ « My bookstagram journey: what did I learn? », sushmamanava.com, 8 février 2018. En ligne : <https://www.sushmamanava.com/2018/02/08/my-bookstagram-journey-what-did-i-learn/>.

Ce terme, que l'on pourrait traduire par « photo à plat », désigne la disposition méticuleuse d'un certain nombre d'objets, photographiés d'en haut. Très populaire sur Instagram, cet angle de vue trouve ses origines dans le « knolling », technique de regroupement de nombreux outils sur une même surface, d'abord immortalisé par l'architecte Frank Gehry²⁴. Ce choix de disposition s'avérera ensuite particulièrement adapté à la photographie mobile, car permettant de réduire les effets de perspective et de rendre ainsi les photographies pensées pour le petit format de l'écran de téléphone plus efficaces visuellement²⁵. Peu à peu, le « flat lay » s'impose comme un mode de photographie privilégié sur Instagram, caractéristique de la mise en scène de nombreux objets, dont le livre ne constitue que l'une des déclinaisons possibles.



Figure 4. Disposition d'objets selon la technique du « flat lay ».

2.3 Importance des accessoires

L'usage d'accessoires s'impose également comme un trait caractéristique des « designed pictures » sur Instagram²⁶. Sur la plateforme, le livre est associé à un certain nombre d'objets du quotidien : lit, bougies, tasses de café, chats, couronnes de fleurs... Ces objets contribuent à redéfinir une axiologie littéraire à la fois héritée des représentations traditionnelles de la lecture et tributaire d'une poétique du web plus contemporaine. La bougie, longtemps associée aux scènes de lecture nocturnes dans la peinture classique, est ici remobilisée en tant qu'accessoire particulièrement médiagénique sur le réseau social (« On Instagram candles are

²⁴ « La tendance “flat lay” et comment réussir ses photos à plat », Phototrend, 9 mars 2016. En ligne : <https://phototrend.fr/2016/03/mp-168-tendance-photo-produit-flat-lay/>.

²⁵ Manovich Lev, op. cit., p. 110.

²⁶ Ibid., p. 119.

gods²⁷ »). De la même manière, la présence récurrente du lit dans ces iconographies contemporaines fait écho à la privatisation de la lecture à partir du ^{xix}^e siècle en Occident, tout en épousant la logique du dévoilement de l'intime valorisée par Instagram (voir figure 5).



Figure 5. Imaginaire d'une lecture intimiste sur Instagram.

Le corps du lecteur lui-même est également présenté comme un simple ornement, une parure réduite à la seule fonction d'accessoirisation du livre : « libre à vous, petit à petit, d'investir dans des accessoires de décoration (bougies, fleurs, tasses, origami, paillettes...) et pourquoi ne pas vous mettre en scène vous-même²⁸ » ; « idées d'accessoires gratuits : [...] vous-même. Votre visage, vos mains, vos pieds. Kidnappez un enfant et obligez-le à prendre la pose²⁹ ». Cette relégation – plus ou moins humoristique – de l'individu lecteur au rang d'accessoire contribue à renforcer la place prédominante du livre au sein de la plateforme, évoquée plus haut.

L'enjeu de « décoration » du livre via son inscription au cœur d'un système d'objets du quotidien apparaît ainsi comme une norme circulante sur Instagram. Ces pratiques ne tarderont pas à être réévaluées à l'aune d'une logique marchande : certains sites de commerce en ligne proposent ainsi désormais des accessoires destinés spécifiquement à la publication d'images relatives aux livres sur la plateforme.

²⁷ « Bookstagram advice : how to start a bookstagram! », City of fiction, 3 mai 2017. En ligne : <https://cityoffiction.wordpress.com/2017/05/03/bookstagram-advice-how-to-start-a-bookstagram/>.

²⁸ « Bookstagram qu'est-ce que c'est », Céline Online, 27 janvier 2017. En ligne : <https://www.celineonline.fr/bookstagram-quest-ce-que-cest/>.

²⁹ « How to fabulously get started on #Bookstagram », Paper Fury, 16 juillet 2017. En ligne : <https://paperfury.com/how-to-started-bookstagram/>.



Figure 6. Vente de chaussettes « bookstagram » sur le site marchand Etsy.

Sur Instagram, le livre et ses accessoires servent avant tout à signifier un mode de vie spécifique. Pour Baudrillard, l'objet fétichisé tire sa valeur de son inscription dans un système plus large : ici, la contextualisation du littéraire dans une galaxie d'objets signale des modes d'existence qui débordent les seuls cadres de la lecture. Ces installations méthodiques, qui ne sont pas sans rappeler des autels religieux, posent alors la question de l'interchangeabilité de l'objet de culte ainsi mis en scène.

3. Socialisation du poétique, poétisation du social : l'objet livre entre désacralisation et fétichisme

Le « bookporn » correspond donc à une forme de ritualisation esthétique des manipulations du livre, qui créent des formes spécifiques de sociabilité autour de pratiques communes. Cette esthétisation de l'objet n'est cependant pas spécifique aux livres, et constitue en réalité une pratique standardisée sur Instagram. La plateforme encourage la mise en scène de la consommation ordinaire d'objets du quotidien, qui entre en résonance avec les logiques industrielles d'Instagram, visant à capitaliser sur l'esthétisation de biens et de services. En témoigne le succès du hashtag « Food », qui comptabilise plus de 200 millions de publications sur la plateforme.

3.1 Du « foodporn » au « bookporn » : des objets interchangeables ?

Roland Barthes évoque dans ses *Mythologies* la cuisine « ornementale » figurée dans les magazines féminins, qui fonctionne sur la représentation d'une nourriture irréaliste et magique³⁰. Sur Instagram, c'est cette ornementalité qui se retrouve prolongée à travers les pratiques liées au « foodporn », qui consiste à produire des photographies esthétisées de nourriture. Du « foodporn » au « bookporn », il s'agit avant tout de représenter l'élément photographié comme objet de fantasme : de la même manière que pour les images de

³⁰ Barthes Roland, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957, p. 120.

nourriture, les images du livre appellent à être « dévorées » du regard. L'imaginaire biblique d'une littérature « comestible » (saint Jean incité à « manger » le livre de la main de l'Ange) trouve dans le « bookporn » une prolongation sécularisée.

Ce rapprochement lecture/nourriture pose également la question du simulacre. Le chercheur José Antonio Sanchez Fajardo établit un lien entre le terme « porn » et l'enjeu de voyeurisme : le but n'est pas vraiment de *faire* mais de *faire voir*. En filigrane de l'exhibition se pose alors la question de l'artifice. Les assiettes ainsi partagées sont-elles vraiment consommées ? Les livres ainsi exposés sont-ils vraiment lus ? S'il nous est impossible de répondre directement à cette interrogation, nous proposons de nous intéresser à l'esthétique qui découle de ce « comme si ». Sur Instagram, le livre apparaît souvent fermé, c'est-à-dire illisible, réduit à sa nature de parallélépipède muet et valorisé pour les seuls attributs formels de sa couverture (« On bookstagram, it's *all* about the cover³¹ »). Même lorsqu'il est ouvert, les mots imprimés sont rendus visibles, mais rarement lisibles, souvent réduits à l'« image du texte »³². Dans un article consacré aux natures mortes de livres, Olivier Leplatre note la manière dont ces derniers doivent subir « le sacrifice de leur lisibilité » au profit d'un jeu pictural de couleurs et de formes³³. Des tableaux du xvii^e siècle aux photographies sur Instagram, l'image efface et recouvre le texte : elle « mange³⁴ » le livre. Le sens du récit est alors évacué, ou relégué aux marges textuelles de la légende, sous forme de résumé ou de citations (figure 7).

³¹ « Bookstagram 101 for indie authors: getting started », Bookworks, 2 octobre 2018. En ligne : <https://www.bookworks.com/2018/10/bookstagram-101-indie-authors-introduction/>.

³² Souchier Emmanuël, « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », Les Cahiers de médiologie, no 6, 1998, p. 137-145.

³³ Leplatre Olivier, « Le papier et la toile, le pli des formes (L'illisible dans les natures mortes de livres au xviii^e siècle) », La Licorne, no 76, 2006

³⁴ Ibid.



Figure 7. Figuration esthétisante de textes visibles mais illisibles.

Cet « effet d'iconicisation³⁵ » apparaît alors très lié aux effets de standardisation de la plateforme, où la nature du récit est présentée comme secondaire face à la puissance de l'image (« Peu importe le genre de livre que vous lisez, c'est sur le contenu visuel que vous devez mettre l'accent. Instagram est une plateforme visuelle et la manière la plus efficace d'attirer les gens sur votre page [...] est de produire des images visuellement attirantes³⁶ »). Sur Instagram, l'objet livre est légitime en soi, indépendamment de son genre et de son contenu. Son caractère interchangeable est ainsi tributaire d'une « valorisation anthropologique de l'objet livre sans considérations sociologiques de genre de consommation culturelle³⁷ », favorisée par le contexte numérique. En réduisant le livre à sa nature d'objet esthétique, les iconographies associées bénéficient d'un potentiel de circulation accru, à la fois comme stéréotypes (reprise des standards formels d'Instagram) et comme icônes (dimension idôlatre et totemisante de l'image³⁸).

3.2 Fétichisation du livre par l'image : vers un culte collectif ?

³⁵ Marin Louis, « Lire un tableau. Une lettre de Poussin en 1639 », *Pratiques de la lecture*, Paris, Rivages, 1985, p. 133.

³⁶ « Bookstagram for beginners », *theguywiththebook.com*, 17 mai 2018.

³⁷ Leveratto Jean-Marc, Leontsini Mary, *op. cit.*, p. 159.

³⁸ Mitchell W.J.T., « Totémisme, fétichisme, idolâtrie », *Que veulent les images ?*, Dijon, Les Presses du réel, 2010.

Cette logique de fétichisation entre en résonance avec des enjeux de sacralisation qui contribuent à replacer le livre au coeur de dynamiques collectives. W.J.T Mitchell³⁹, leader des *visual studies* nous rappelle que notre expérience des images, même contemporaines, est indissociable de pulsions idolâtres et totémisantes. La Bible, livre sacré par excellence, deviendra un objet rituel du fait de son intégration à une iconographie publique et quotidienne qui nous la rend familière⁴⁰. De la même manière, le livre est ritualisé par le « bookporn », dans la mesure où sa présence dans le quotidien des individus est à la fois publicisée et omniprésente.

Qu'elle soit authentique ou simulée, cette textualisation iconographique des expériences de lecture s'inscrit alors dans des dynamiques de sociabilisation. L'image numérique puise sa valeur de sa dimension partageable : André Gunthert parle à ce titre d'« image conversationnelle⁴¹ ». Le soin apporté aux images est présenté comme indissociable de la formation de liens relationnels (« J'ai fait cette erreur les premiers mois, ne m'attacher qu'à faire de beaux clichés, mais je ne prenais pas le temps de partager avec les personnes qui commentaient mes publications. Erreur de débutants !⁴² »). Dans les billets de blogs adressés aux bookstagrammers en herbe, les usagers sont incités à répondre aux commentaires, à introduire des questions dans les légendes de leurs publications, à s'abonner à d'autres comptes littéraires, etc. La popularité de l'image du livre tient alors davantage aux marqueurs chiffrés de sa mise en visibilité (nombre de likes, nombre de vues, etc) qu'à son positionnement sur l'échelle de valeurs traditionnelle.

En tant que plateforme de partage d'image revendiquant une esthétique visuelle native, Instagram constitue donc l'espace médiatique idéal pour la publicisation d'images qui mettent en scène un désir de l'objet, que ce dernier soit littéraire ou comestible. L'instauration de normes visuelles implicites et de codes standardisés permet de fournir un cadre à l'expression du soi lecteur. Le plaisir de l'activité de lecture passe par une esthétisation très forte de ses représentations qui réaffirme sa dimension sociale. Cette mise en circulation de scènes topiques ne se limite cependant pas aux productions de lecteurs « amateurs ».

4. « Art poétique » et capitalisme médiatique

Signe ultime de la capacité circulante des nouvelles iconographies littéraires, cette esthétique livresque est reprise par les industries culturelles : les normes du « bookporn », initiées par les individus lecteurs, sont progressivement adoptées sur les comptes Instagram des maisons d'édition, des librairies, des auteurs ou des marques. En traversant ces espaces marchands, les représentations associées aux pratiques ordinaires s'en trouvent réinterprétées, à l'aune d'enjeux économiques et promotionnels.

L'association du livre à sa mise en désir iconisée trouve un écho particulier dans les logiques d'un « capitalisme artiste⁴³ » qui met en avant la valeur « esthétique-émotionnelle⁴⁴ » des objets en stylisant l'univers du quotidien. On comprend dès lors que le « bookporn »

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Parmenter Dorina, « The iconic book: the image of the bible in early Christian rituals », *Postscripts: The Journal of Sacred Texts and Contemporary Worlds*, no 2, 2008.

⁴¹ Gunthert André, « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, no 31, 2014.

⁴² « Bookstagram, communauté littéraire », *anaiseriallectrice.com*, 29 mai 2018.

⁴³ Lipovetsky Gilles, Serroy Jean, *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris, Gallimard, 2013.

⁴⁴ Ibid.

constitue un moyen privilégié de réaffirmer le fétichisme du livre envisagé comme marchandise. L'image photographique devient l'embrasseur d'une sociabilité publicitaire au service des plateformes⁴⁵, via une mobilisation de la « pulsion scopique » du consommateur.

Toutes ces pratiques du livre esthétisé, exhibé, assimilé à un style de vie particulier, sont reprises en premier lieu par les maisons d'édition. Ces dernières s'attachent à produire leur propre iconographie littéraire, qui reprend de nombreux codes de la scénographie « bookporn » (atmosphère intimiste, inscription du livre dans un système d'objets qui fait signe vers un mode de vie particulier, usage de filtres, etc). Plus encore, il arrive qu'une maison d'édition devienne elle-même instigatrice de la production d'iconographies littéraires, proposant aux internautes de leur envoyer leur « plus belle photo » d'un livre appartenant à leur collection. Cette prise en charge amateur d'une partie du travail promotionnel se traduit par la mise en place de « jeux concours », au cours desquels l'injonction à la production de contenu propre au cadrage éditorial de la plateforme se double d'une injonction à la thématisation spécifique de ces contenus par des industries culturelles « traditionnelles ».



Figure 8. Injonction à la production d'images amateur dans le cadre d'un jeu concours organisé par les éditions Folio.

On observe le même phénomène de mimétisme chez certains auteurs, qui publient sur Instagram des photographies de leurs livres favoris. En peinture, la figuration de l'auctorialité mobilise la présence de l'objet livre, qui signale le statut de l'écrivain⁴⁶. Sur Instagram, c'est également par la construction d'un statut de lecteur passionné que se dessine et s'affirme en creux la figure du scripteur. Le compte Instagram de Tatiana de Rosnay met ainsi en scène les

⁴⁵ Marti Caroline, art. cit.

⁴⁶ Laisney Vincent, op. cit., p. 20.

livres lus, exposés selon les codes décrits plus haut, et associés à des hashtags spécifiques qui témoignent d'une volonté d'agrégation à la « communauté littéraire » d'Instagram (figure 9).



Figure 9. Mise en scène du livre sur le compte Instagram de Tatiana de Rosnay.

Au-delà de cette mise en oeuvre d'une identité de lecteur, Instagram est également utilisé comme un outil privilégié d'auto-promotion. Plusieurs articles en ligne⁴⁷ proposent ainsi aux auteurs un certain nombre de conseils pour promouvoir leurs romans sur la plateforme. L'usage systématisé de hashtags, le soin apporté à la qualité des photographies, la nécessité de s'engager dans des interactions avec d'autres internautes y sont énumérés comme autant de pratiques indispensables au succès marketing du romancier. L'appropriation des formes et des contraintes éditoriales propres au dispositif engendre ainsi une uniformisation qui tend à atténuer les différences de statut entre auteur et lecteur. Instagram constitue un espace médiatique surinvesti par les figures du lecteur, comparativement à celles de l'auteur : cette interchangeabilité des ethos discursifs entraîne une réévaluation des hiérarchies littéraires.

⁴⁷ Pierce Jessica, « Book marketing on Instagram for authors (swag, ARCs, book boxes and more) », Creative Indie, 18 août 2018. En ligne : <https://www.creativindie.com/book-marketing-on-instagram-for-authors-swag-arcs-book-boxes-and-more/> ; « Bookstagram 101 for indie authors : getting started », Bookworks, 2 octobre 2018. URL : <https://www.bookworks.com/2018/10/bookstagram-101-indie-authors-introduction/> ; Ndjoli Ibuka, « 5 astuces pour booster votre compte Instagram », IbukaSharing, 17 novembre 2018. En ligne : <https://ibukasharing.com/5-astuces-pour-booster-votre-compte-instagram/> ; Salas Channey, « Bookstagram : how to use Instagram for authors », 25 mai 2018. URL : <https://firebrandpublishing.com/bookstagram-instagram-authors/> ; Sullivan Annie, « 10 Instagram tips for writers », Jane Friedman, 6 septembre 2018. En ligne : <https://www.janefriedman.com/10-instagram-tips-for-writers/>

Il arrive également que les mises en scène du livre sur les réseaux sociaux soient parfois réinventées à l'aune de nouvelles pratiques promotionnelles. C'est le cas du « bookface », tendance esthétique initiée par les libraires, qui consiste à confondre son visage avec la couverture d'un livre. Ce jeu d'illusion d'optique constitue l'illustration littérale d'un rapport fusionnel à la lecture. Présenté comme un « selfie littéraire⁴⁸ », le « bookface » mobilise le détournement de cette forme numérique circulante, dans un but de promotion de la lecture. Cette iconographie spécifique du livre réinvente l'idéal humaniste de la lecture envisagée comme moyen de construction identitaire. La déclaration du créateur de la « page » Bookface sur Facebook⁴⁹ (« We Believe that the books we read tell more about us than the colour of our eyes or our haircut ») traduit cette conception de la littérature comme processus qui engage des individualités et favorise l'émergence d'un « soi » authentique et véritable, en adéquation avec la promesse formulée par les « réseaux sociaux ».



Figure 10. Exemple de « bookface » publié sur le compte Instagram de la librairie Mollat.

Enfin, la puissance sociale de ces images du livre est également mobilisée par des acteurs marchands qui n'appartiennent pas directement au champ littéraire. L'appropriation de la valeur associée à la littérature par l'industrie de la mode a ainsi donné lieu à la production d'iconographies spécifiques. Les comptes Instagram des marques Sézane ou Balzac Paris mobilisent des scénographies qui reposent sur la présence conjointe du livre et du vêtement. Le livre y est alors utilisé comme moyen de fixer un horizon d'attente, mais il ne constitue plus l'enjeu principal de la mise en scène. Il sert d'arrière-plan, de décor devant lequel sont tenus des discours marchands. Centre de gravité du « bookporn », il est ici déplacé en

⁴⁸ « Bookface : le selfie littéraire qui cartonne sur Instagram », Phototrend, 9 octobre 2018. En ligne : <https://phototrend.fr/2018/10/bookface-selfie-litteraire-instagram/>.

⁴⁹ Construction chiasmatisque (Bookface/Facebook) qui souligne la médiagénie de cette pratique au sein de dispositifs médiatiques qui encouragent précisément à la production d'images de soi.

périphérie du système d'objets au sein duquel il s'inscrit. Il devient alors accessoire, dans un jeu d'inversion paradigmatique où le vêtement prend sa place au centre de l'image.



Figure 11. Accessoirisation marchande de l'objet livre sur le compte Instagram de la marque Sézane.

Le régime numérique autorise ainsi une refiguration des rôles autour de la médiation littéraire. Auteurs, lecteurs, maisons d'éditions, librairies et marques finissent par utiliser des codes visuels et symboliques similaires, issus de mêmes enjeux de standardisation éditoriale. Ce phénomène d'accessoirisation du littéraire⁵⁰, s'il est parfois déploré, traduit néanmoins la persistance de la valeur symbolique du livre, qui circule dans des espaces « extra-littéraires ».

Les approches psychanalytiques et marxistes ont longtemps assimilé le fétichisme à « l'idée de l'inauthentique⁵¹ ». Cette perspective réactive des discours séculaires qui tendent à articuler des imaginaires sur le mode de l'opposition : texte/image, authentique/artificiel, et plus récemment écrit/écran. À l'aune de cette pensée dialectique, le « bookporn » s'envisage comme le prolongement des peintures de vanité du xvii^e siècle, qui déjà rappelaient le livre « à sa valeur d'usure », en représentant visuellement sa déchéance⁵². Là où la nature morte dramatisait déjà le « déclasserment progressif de l'écriture⁵³ », le « bookporn » constitue-t-il

⁵⁰ Voir Gary Nicolas, « Les mannequins Gigi et Bella Hadid font du livre l'accessoire fashion de 2019 », ActuaLitté, 27 mars 2019.

⁵¹ Fusillo Massimo, L'objet fétiche. Littérature, cinéma, visualité, Paris, Honoré Champion, 2014, p. 8.

⁵² Leplatre Olivier, art. cit

⁵³ Ibid.

l'ultime symptôme annonciateur de la « mort du livre » ? Les images du livre sur Instagram, standardisées et interchangeable, apparaîtraient alors comme la copie inauthentique, le *simulacre* du livre-objet réel, vidé de sa substance par le numérique.

Il existe cependant une conception concurrentielle du fétichisme, héritée des études culturelles, des *visual studies*, et des théories féministes. Elle tend à envisager ce phénomène non pas comme « une simple obsession de la société de consommation⁵⁴ », mais comme une tendance naturelle porteuse d'un véritable potentiel créatif⁵⁵. Pour Régis Debray, l'invention de l'image dans les civilisations a longtemps correspondu à une volonté de conjurer la mort, avant d'être progressivement mise à mal par la privatisation du regard en Occident. Dans cette perspective, les iconographies qui se donnent à voir à une échelle collective et communautaire sur Instagram ne permettraient-elles pas au contraire de re-convoquer cette « magie du livre » ? À l'heure de la prolifération des discours sur la mort du papier et le déclin de la lecture, l'émergence d'une poétique du livre sur Internet serait-elle paradoxalement un moyen parmi d'autres de lui rendre sa vitalité ?

Massimo Fusillo préconise face aux images un positionnement au carrefour entre deux pôles extrêmes, celui de l'amour excessif d'un côté (« médiolatrie »), celui de la haine de l'autre (« iconoclasme⁵⁶ »). En tant que production d'images relatives à la lecture, le « bookporn » peut alors être envisagé comme une pratique qui, tout en restant soumise à des logiques d'industrialisation marchandes et de formatage indissociables de l'environnement médiatique dans lequel elle s'inscrit, est également porteuse d'une créativité qui réactive la puissance communicationnelle associée au littéraire.

⁵⁴ Fusillo Massimo, op. cit.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.