



**HAL**  
open science

## Fantasmagories de l'écran

Julia Bonaccorsi

► **To cite this version:**

Julia Bonaccorsi. Fantasmagories de l'écran : Pour une approche visuelle de la textualité numérique. Sciences de l'information et de la communication. Celsa - Université Paris Sorbonne, 2012. tel-01322308

**HAL Id: tel-01322308**

**<https://hal.science/tel-01322308>**

Submitted on 5 Jun 2016

**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.

Copyright

**Université Paris-Sorbonne  
CELSA**

**MÉMOIRE D'HABILITATION À DIRIGER DES RECHERCHES**

**Spécialité : sciences de l'information et de la communication**

## **Fantasmagories de l'écran**

Ouvrage original présenté dans le cadre de l'habilitation à diriger les recherches : *Illusions d'attente et variations médiatiques : une approche ethno-sémiotique des modèles contemporains de l'écrit*

Soutenue par

**Julia BONACCORSI**

**3 décembre 2012**

Jury :

Annette BEGUIN, Professeure des Universités, Université de Lille (rapporteure)

Anne BEYAERT-GESLIN, Professeure des Universités, Université Bordeaux 3 (rapporteure)

Fausto COLOMBO, Professeur, Université Sacré-Coeur de Milan (examineur)

Yves JEANNERET, Professeur des Universités, Celsa Paris-Sorbonne (garant)

Frédéric LAMBERT, Professeur des Universités, Université Panthéon-Assas (président)

Adeline WRONA, Professeure des Universités, Celsa Paris-Sorbonne (rapporteure interne)

**Université Paris-Sorbonne  
CELSA**

**MÉMOIRE D'HABILITATION À DIRIGER DES RECHERCHES**

**Spécialité : sciences de l'information et de la communication**

**Fantasmagories de l'écran**

Ouvrage original

présenté par

**Julia Bonaccorsi**

Sous la direction

d'Yves Jeanneret, professeur à l'université Paris-Sorbonne

**3 décembre 2012**



# FANTASMAGORIES DE L'ÉCRAN

Pour une analyse visuelle de la textualité numérique



## Remerciements

La recherche réalisée pour cet ouvrage inédit doit beaucoup à l'équipe du Céditec, Dominique Ducard mais aussi Alice Krieg-Planque, Stéphanie Wojcik, Christine Barats. Caroline Ollivier-Yaniv a toujours témoigné envers mes enthousiasmes d'un grand soutien concret et moral dont je lui suis infiniment reconnaissante.

Je remercie vivement mes collègues du département de Communication politique et publique et de l'Upec pour leur appui : parmi eux, Anne Granger et Bruno Rémy qui m'ont relayée pendant mon congé.

Merci à Emmanuël Souchier, qui m'a fait l'honneur de m'inviter à la BNF pour présenter les prémices de cette recherche, ainsi qu'aux membres de l'équipe du Gripic avec qui le dialogue est continu, Adeline Wrona, Etienne Candel.

Je remercie Nataly Botero pour son aide efficace et rigoureuse dans cette étude, ainsi que les documentalistes de l'INA et Anne-Marie Sauvage, interlocutrice dynamique et avisée à la Bibliothèque nationale. Diane Roussignol m'a offert l'occasion d'un échange avec les professionnels des bibliothèques du Val-d'Oise qui a été un point de départ stimulant de l'enquête.

Je partirai des lieux, enfin, pour évoquer des liens forts avec des chercheurs qui ont compté dans ma trajectoire : à Lille, Annette Béguin, qui m'a initiée à la documentation, Marie Després-Lonnet et Michèle Gellereau ; en Avignon, Daniel Jacobi, Cécile Tardy, Jean Davallon, Emilie Flon ; à Paris, Sarah Labelle, Anne Jarrigeon, mais aussi Claire Blandin et Claire Oger sans qui les déjeuners en rez-de-jardin auraient été bien fades ; à Compiègne, Laurence Monnoyer-Smith et Virginie Julliard.

Ce mémoire témoigne du chemin parcouru depuis ma première rencontre avec Yves Jeanneret dans les salles de cours de l'UFR Idist, en 1997 : comme enseignant, puis comme collègue et directeur de recherche, sa disponibilité, son écoute et sa curiosité intellectuelle ont été essentielles dans ce parcours.

Merci à Emmanuel pour sa confiance et son énergie sans faille.



*A Suzanne, Martin, Siméon, Andrea et Viktor, mes plus proches « natifs numériques »*



## Sommaire

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>14</b>
<b>Chapitre 1. L'écran et l'écriture : surface, texte et matière</b> .....	<b>22</b>
1. <i>Entre « pensée de l'écran » et pensée du texte</i> .....	22
a. La pierre, la surface et l'espace public.....	23
b. La forme et la mémoire : de l'écriture au texte .....	25
c. Ce que l'on voit, ce que l'on tient : détour par la catégorie du document .....	27
d. Le cadre et le lisible : reconnaissance et lecture du texte, en son lieu .....	28
2. <i>Vision et interprétation : projection et matérialités du « texte »</i> .....	32
a. Intermédialités et variations médiatiques : vers une analyse intermédiatique .....	33
b. Grandeurs d'échelle et plasticité de l'affichage .....	36
c. Lumière et image du texte : vers une autre matérialité.....	37
3. <i>Les sens de l'écran électronique et leur mise en discours</i> .....	40
a. Coïncidences terminologiques et brouillage énonciatif : industries technologiques et industries médiatiques.....	40
b. Le rôle du design : moniteur, écran et « machines à lire » .....	41
c. La publicisation d'une culture de l'écran .....	43
d. Regards sur l'écran et artistes .....	44
<b>Chapitre 2. Représentations de la culture écrite : une approche en images</b> 50	
1. <i>Publicité, représentations et transformations de la culture écrite</i> .....	50
a. La présence de l'écrit dans l'espace urbain.....	51
b. La « planitude » de la surface : image et écrit .....	53
c. Le motif de la « scène de lecture » et le statut de la représentation iconographique.....	56
2. <i>Disséminations de l'écran : esthétique de la nouveauté</i> .....	60
a. La résurgence des images de la lecture : l'écran, le livre .....	61
b. Trois figures de la rhétorique des images de l'écran : artefact, détail, documentaire .....	62
c. Ouverture .....	65
<b>Chapitre 3. Pratiquer les images en Sciences de l'Information et de la Communication</b> .....	<b>70</b>
1. <i>Images et sciences humaines et sociales : du corpus au « montage »</i> .....	71
a. Sociologie visuelle et héritage ethnographique : la prédominance de la photographie.....	71
b. Histoire visuelle et la déstabilisation de l'archive : images, « figures » .....	73
c. Visual studies / études visuelles : analyser le regard contemporain.....	75
d. L'image, entre figure et objet : la place du document dans les disciplines .....	77

2. Archives visuelles et exercice de la pensée .....	79
a. Vers une iconographie en mouvement : sources, échantillons et familles .....	79
b. Une imagerie de l'écran : des sources à l'archive visuelle (fixations).....	81
c. Le trajet des images : images premières/images secondes.....	83
d. Archives et planches d'images : décrire et voir le temps .....	84

## **Chapitre 4. Ecrit et écrans « placardés » : trente années de discours publicitaires sur la culture écrite ..... 90**

1. <i>Regards publicitaires sur l'écran et l'imprimé : figures de l'antinomie, du désir et de la (ré)conciliation.....</i>	92
a. Une imagerie hétérogène : corpus et sous-corpus.....	93
b. Trois décennies en regard .....	94
c. Machines, textes et énonciateurs .....	98
2. <i>1979 à 1988 : la machine avant la lecture.....</i>	100
a. Une esthétique de la rupture : expliciter la « révolution ».....	100
b. Démontrer et constituer l'usage .....	103
c. La fabrique d'une narrativité de la lecture médiatisée.....	109
3. <i>L'émergence du texte numérique comme figure, 1989-1998.....</i>	111
a. La mutation des scènes .....	111
b. L'image du texte écran : le temps de la consolidation .....	115
c. La fascination pour un nouveau modèle du texte : transparence et profondeur.....	118
4. <i>Usages spectaculaires : pouvoir d'ubiquité et transmédiaticité des textes et des corps, 1999-2009.....</i>	122
a. Innovations techniques et performance éditoriale.....	122
b. Le spectacle de la manipulation .....	125
c. Le format « écran » et la pensée de l'affichage.....	127

## **Chapitre 5. L'écran et sa lecture : entre espace public et espace privé .... 132**

1. <i>La surface, le regardeur et le lecteur : images exposées.....</i>	133
a. Enjeux de la perspective et du cadrage situé.....	134
b. La chambre de vision, entre vitrine et miroir .....	136
c. L'expérience du regardeur et sa lecture.....	138
2. <i>Objets d'affichages, objets affichés .....</i>	140
a. Pratiques d'affichages : enjeux pour le texte .....	140
b. L'écran comme objet-support d'affichage .....	143
3. <i>Le destin des écrans dans l'écran : le recueil de scènes de lecture, un genre revisité..</i>	147
a. Les « livres d'images » de lecteurs .....	148

b. Expographie spectaculaire de la lecture : Alain Fleischer .....	153
b. La « documentarisation » collective d'une imagerie contemporaine de la lecture : prise de vue et exposition .....	156

## **Chapitre 6. Le silence des corps lisants : gestes, objets, fétiches.....162**

1. <i>Industrialisation du corps lisant et taxinomies gestuelles.....</i>	164
a. Manier, grammaires de la gestualité.....	165
b. Indiquer, accentuer, déterminer : poétique du détail .....	168
c. Sémiotisation d'une gestualité propre au texte numérique : pictogrammes et énoncés linguistiques.....	171
2. <i>Chair, regard, sueur : des corps vivants .....</i>	173
a. L'œil et la main - Détails.....	175
b. Corps affectés.....	178
c. Corps marqués, écrits : la peau écran .....	180
3. <i>Le texte numérique, de l'outil au fétiche : valeurs de la lecture sur écran.....</i>	182
a. Les objets-fées de la lecture numérique.....	183
b. La formation d'une poétique de lecture au carrefour du geste optimal et du geste interprétatif.....	185
c. La patine des objets et ses effets de sens sur le texte .....	187

## **Chapitre 7. Illusions de la matière du texte numérique.....190**

1. <i>Désirs de la page, du volume : nouvelles métaphores.....</i>	192
a. Dans le cadre : le texte à venir, la page .....	193
b. Consistance : la part « magique » de l'envers de la page.....	196
2. <i>La lumière comme matière.....</i>	201
a. Conscience de la lumière : éclairage de la scène du texte.....	202
b. Véhicule et brûlure : essence de la lumière .....	204
c. Transition – Flux lumineux et trame.....	206
3. <i>Défaillances, corruptions et affections - nouvelles images du texte .....</i>	207
a. Bavures, éphémères et scories : matière(s) à de nouveaux textes .....	208
b. Sentiers numériques, Arles, été 2012.....	212

## **Conclusion.....218**

## **Bibliographie.....222**

## **Table des illustrations .....**234

## **Légendes des planches (annexe).....236**



## INTRODUCTION

---

L'idée selon laquelle les textes sont des traces écrites sur du papier ou du parchemin ne trouve sa source que dans un sens second et métaphorique qui assimile l'écriture de mots au tissage de fils. On pourrait légitimement appliquer ce même glissement métaphorique à des objets qui ne relèvent pas de la forme écrite. (...) Il suffirait d'étendre un peu le champ d'application du concept de texte, sans en trahir le sens plus que ne l'avait fait le premier glissement métaphorique, pour prendre en compte les formes de textes qui ne sont pas des livres et qui, aujourd'hui, nous environnent (...). (Mc Kenzie, 1991, p. 35).

On nous impose (qui est ce on ?) des attitudes lisantes : lecture rêveuses (Baudelaire, Hugo), lectures profondes (la tête entre les mains), lectures absentes (Jean Lorrain, le visage fardé, mollement allongé sur un sofa)... Nous nous plions, quoi qu'on en ait, à des modèles, à une typologie des actes de lecture que véhiculent toutes les formes de l'iconographie publique et l'institution scolaire. (Goulemot, 1993, p. 118).

« Devant mon écran », « société de l'écran », « lecture sur écran », « culture de l'écran » : ces énoncés témoignent du large spectre des usages du mot « écran », tour à tour machine, contenu, support, relation sociale. Au quotidien, nous voyons sans cesse des écrans dont la diversité de forme, d'échelle, de couleur, de brillance, de fonction ou d'appartenance est extrêmement labile et élargie. Les cinq dernières années montrent un élan considérable des industriels technologiques et de contenu vers une unification numérique des contenus médiatiques, désengageant de manière décisive le texte de son média. Qu'est-ce que le « petit écran » aujourd'hui ? La « lucarne » d'un smartphone ? Le logiciel qui permet de visionner l'émission de télévision sur un ordinateur ?

Cet essai interroge l'écran électronique comme une forme culturelle dont la propriété est la projection visuelle d'une inscription dans un cadre. Vaste définition, mais dont l'étendue sert le projet fédérateur de la recherche, qui souhaite analyser la part culturelle de l'écran à partir de ses représentations. La posture engagée sera résolument décentrée en regard d'une approche sociologique des pratiques de l'écran puisque le fil conducteur de l'étude est le

discours visuel sur l'écran. Avant tout, la proposition nécessite d'en éclairer certains postulats.

### *La culture écrite dans ses métamorphoses*

D'abord, nous considérons l'intégration croissante de l'écran dans nos sociétés occidentales comme relevant de mutations de la culture écrite. Ceci implique en particulier de situer l'écran dans l'histoire longue des supports de l'écriture et de rattacher d'emblée technologie et culture. Dans le sillage de Milhad Doueïhi, nous dirons que « la culture numérique est faite de modes de communication et d'échange d'informations qui déplacent, redéfinissent et remodelent le savoir dans des formes et des formats nouveaux, et de méthodes pour l'acquérir et le transmettre. » (Doueïhi, 2008, p. 37). Il nous apparaît alors important de souligner que ces transformations culturelles sont avant tout des transformations médiatiques, c'est-à-dire qui portent sur les formes écrites et sur les savoir-écrire et savoir-lire qui y sont associées et qui s'y définissent. Ecrites : entendons ici des organisations signifiantes et inscrites sur un support, qu'il s'agisse de l'empreinte du caractère d'imprimerie sur la feuille ou du code numérique. Or, c'est bien dans la relation entre le texte et son support que se situent les métamorphoses de la culture écrite, notamment en raison de l'intégration des activités d'écriture et de lecture, « faisant du support d'écriture un élément constitutif du texte. » (Tardy, Jeanneret, 2008, p. 25). Pour lire, il faut écrire et pour écrire, il faut lire. Comme l'ont souligné Cécile Tardy et Yves Jeanneret, « les configurations de l'écriture déplacent la frontière entre ce qui est inscrit et ce qui ne l'est pas, donc (...) la marge dans laquelle se développent les interprétations. » (Ibid., p. 207).

Dans cette perspective, les contours des pratiques culturelles se redéfinissent, à l'instar de la *lecture*, qui « devient l'outil intellectuel omniprésent d'interaction du sujet avec lui-même et avec le monde qui l'entoure. » (Belisle, 2011, p. 37). Pourtant, quand la lecture est objet de discours dans l'espace social, c'est aujourd'hui le plus souvent relativement au secteur de l'édition et au prisme de la transformation formelle, économique et culturelle de l'imprimé et précisément du livre. En regard de nos travaux sur le discours de la lecture au début des années 2000, les paradigmes de ce discours qui étaient distribués autour de l'illettrisme et du plaisir de lire en un « devoir de lecture », se cristallisent aujourd'hui autour de la transformation des modèles économiques de l'édition et des industriels des technologies (Bonaccorsi, 2009). Ceci met en évidence une distorsion remarquable entre les formes qui sont désignées comme des objets écrits (un texto, un mail, un billet de blog, etc.), celles qui

sont attribuées à la vraie lecture (une page d'un journal en ligne, e-book, etc.) et celles qui n'apparaissent pas comme telles (moteur de recherche, navigateur, menu déroulant, une vidéo, une base de fichiers musicaux, etc.). La scission est le fruit de deux types de facteurs, le premier étant de l'ordre de la valeur culturelle (qu'est-ce qui, socialement, est reconnu comme de l'écrit), le second facteur relevant de la distinction entre des sémiotiques *apparemment* distinctes (sonore/visuelle/verbale).

Pourtant, à l'écran, apparaissent au lecteur des configurations signifiantes qui constituent des textes, et dont les poétiques de lecture s'inscrivent dans l'histoire longue de la culture écrite en Occident. Selon ce postulat, l'écran apparaît comme une surface qui rend visible les formes écrites (les objets médiatiques), les donne à voir et, en cela, bouleverse les rapports entre le média et le texte, rapports particulièrement institués par le modèle du livre imprimé. Nous intéresser à l'« écran » plutôt qu'à des types de productions culturelles dans des espaces de pratiques situés, c'est chercher à comprendre les effets de sens de l'écran en tant que forme et média, infléchissant les modèles de la culture écrite. Je vois, je lis, j'écris dans le même cadre configuré par l'écran : c'est ce cadre qui réunit les objets variés de mon expérience, qui en fait un *texte* qui est en même temps un *spectacle* (Frau-Meigs, 2011, p. 88).

### *La textualité et la matière numérique*

Dans le tourbillon de la convergence numérique, l'objet écran (sa forme, sa couleur, son « type ») ne participe plus (ou de moins en moins) à l'interprétation du texte, puisque tout type d'écran numérique peut désormais exposer un *presque* même texte. Dit autrement, se définit là une nouvelle esthétique du texte qui enchâsse les trois angles de définition de l'écran proposés par Divina Frau-Meigs : une « technologie qui a un sens », une « technologie du sens », une « technologie qui crée du sens » (Frau-Meigs, 2011, p. 10). Le deuxième postulat est celui de la part médiatique de l'écran, qui recouvre non seulement l'économie scripturaire qu'il engage mais également sa matérialité et sa texture. Ainsi, la présence du texte est rendue possible par la traduction en pixels d'un code binaire, écrit et gravé dans la mémoire du dispositif technologique : devant nos écrans, nous voyons ainsi apparaître une organisation figurative du texte. Avant d'être qualifié en « interface » ou encore en « dispositif d'immersion », l'écran est d'abord le lieu où se définit l'iconicité du texte numérique, à la fois dans l'événement de l'affichage du texte et dans ses valeurs sociales et culturelles qui circulent au-delà des bords de l'écran et de l'appareillage technologique. Aujourd'hui, reconnaît-on un texte numérique ? Sur quels éléments plastiques et formels se base-t-on ? Dans quelle mesure la *textualité numérique* – notion que nous choisissons

délibérément de mettre au singulier – joue-t-elle un rôle dans les métamorphoses d’une culture de l’écrit ?

De même que la photographie en tant que média définit d’abord l’image selon le prisme de l’empreinte, qu’en est-il pour le texte ?

« Mon texte électronique est séparé de moi par une vitre, et je ne pourrai donc ni baiser les mots comme Augustin aurait pu le faire en sa dévotion, ni humer les parfums de cuir et d’encre que respiraient en lisant les contemporains de Carpaccio. » (Manguel, 2000, p. 307). De même, la représentation intériorisée de la lecture est souvent associée à l’imprimé *contre* l’écran : « Il y a aussi l’expérience de sensorialité minimale, si distante de celle vécue avec le livre, l’absence de ce « contexte enveloppant » qui se déploie autour du lecteur, l’isolant, le protégeant du monde aussitôt qu’il ouvre un livre imprimé même si la lecture se déroule dans les transports en commun, et qui ne semble pas se mettre en place avec l’écran. » (Rosado, 2011, p. 83). Une culture du texte ne peut cependant se définir à partir des propriétés des objets<sup>1</sup>, en effet, elle nécessite que « des communautés s’approprient des objets, les qualifient et les légitiment. » (Jeanneret, 2008, p. 68). Notre hypothèse est ainsi de considérer que les relations du lecteur et du texte se modifient avec l’écran à travers de nouveaux affects, un nouveau type d’expérience sensible, entre une *esthésique* (articulation du sensoriel et du sens) et une *esthétique* (attention à la forme). La posture sémiotique que nous engageons se veut « une progression en mode mineur dans les arcanes du sensible et du sensoriel, plus près du sujet, de l’expérience, de la saveur des choses et du monde. » (Boutaud, 2007), une phénoménologie de l’écran.

Dans le dessin qui suit, le texte numérique est intégré à son environnement, en une nature morte : la composition réunit quelques objets (verre, tire-bouchon, photophore) autour et sur une liseuse électronique. Celle-ci est clairement identifiée par la « marque » dont on aperçoit une partie, « Kindle » et quelques boutons de la machine visibles au premier plan.

Pourtant, la lumière de la bougie fluidifie les ruptures entre les matières et les formes, donnant une dynamique particulière à l’image : la machine à lire se comporte comme un objet souple, accueillant un texte manuscrit et rendu lisible pour le spectateur du dessin ; dans le bord inférieur de l’écran une « bulle » de texte est entourée (elle imite le dictionnaire interactif du Kindle) et le modelé du tire-bouchon posé sur la vitre de l’écran vient en miroir de cette bulle.

---

<sup>1</sup> Alberto Manguel omet cette dimension quand il confronte le texte électronique qui « n’existe que comme une surface que l’on survole », au texte imprimé, qui « avait une qualité matérielle qui exigeait l’ingestion » (Manguel, 2000, p. 307).



Illustration 1. Sharon Frost, *La luz y la macana (The light and the stick.)*, 24 juin 2012, 8 1/4 x 10 in. Double-page Moleskine cahier spread, watercolor, ink, whatever on paper.

Par le geste du dessin de l'inscription (écrire/dessiner des signes alphabétiques) et par l'eau de l'aquarelle qui « immerge » tous les éléments, l'artiste produit une unité formelle et plastique, notamment entre les deux types d'inscriptions, celle du texte du carnet, à gauche<sup>2</sup>, et celle du texte dans l'écran. Ainsi, cette image engage un discours visuel sur l'écran à partir d'une métaphore de la matière du texte numérique, *in praesentia*.

### *Le spectacle de l'écran et ses fantasmagories*

« La plupart des tropes qui nous parlent des objets d'écriture sont des métaphores. (...) Les métaphores foisonnent aussi bien au quotidien que dans les textes mythiques. » (Fontanille, 2005, p. 187). La médiation publicitaire mobilise abondamment les métaphores visuelles dans sa rhétorique, fusionnant technologie et contenus médiatiques<sup>3</sup> : dans notre perspective, nous considérons qu'avant d'être « lus », les écrans sont des objets « vus » qui désignent (en tant que cadres, organisant la vision et l'interprétation) un texte qu'ils « affichent ». En cela, l'exercice de leur représentation visuelle les place en « commentateur », c'est-à-dire « une métafigure de la réception de la représentation dans la représentation même. » (Marin, 1994, p. 319). Ainsi, le troisième principe gouvernant cet essai considère que les images de l'écran,

<sup>2</sup> « We're going to Argentina en six days. We're packing. I rest with Cortázar, Sister Cora, and a little wine. I love the interactive dictionary Kindle. », [http://sharonfrost.typepad.com/day\\_books/2012/06/la-luz-y-la-macana-24-junio-2012-the-light-and-the-stick.html](http://sharonfrost.typepad.com/day_books/2012/06/la-luz-y-la-macana-24-junio-2012-the-light-and-the-stick.html), consulté le 5 août 2012.

<sup>3</sup> Par exemple, Stuart Kaplan a dégagé 5 types de métaphores dans les représentations publicitaires de la technologie : le levier, la toile d'araignée, la machine dans le jardin, la synthèse entre l'ancien et le nouveau et la révolution. Kaplan Stuart, 1990, « Visal Metaphors in the Representation of Communication Technology », *Critical Studies in mass Communication*, n°7, p. 37-47, cité par (Frau-Meigs, 2011, p. 57).

et, par là, le travail de la représentation visuelle du texte en tant que forme, permettent de saisir la « trivialité » de l'écran, c'est-à-dire les poétiques de lecture qui lui sont attachées, les valeurs culturelles et symboliques dont il est chargé à travers sa circulation sociale. Les écrans sont partout : entre les mains des voyageurs dans le voisinage d'un wagon de métro, dans les œuvres d'art et à l'opéra, à l'arrière d'un appareil photographique, dans des affiches, sur la couverture des magazines, dans l'espace domestique et dans les gares, comme support publicitaire, etc. Variés à l'extrême, hétérogènes, ces exemples se croisent néanmoins dans les expériences individuelles et sensibles, impliquant les corps, les lieux, des formes intériorisées du texte.

Nous faisons l'hypothèse que la part culturelle et sensible de la textualité numérique s'établit et se reconduit à travers ses images dans le procès de la représentation, geste énonciatif d'un rapport entre le média et l'inscription, et de ses valeurs culturelles et symboliques. Nous nommons *fantasmagories* les sources visuelles constituées par nous en iconographie de l'écran : comme les dispositifs optiques de Robertson, elles sont artefactuelles et illusionnistes, masquant l'appareillage, cause et effet (Gunning, 2003). « Illusions imagées », elles réunissent une représentation du texte (une inscription) visible et une pensée du texte (abstrait, absent, impalpable). Les fantasmagories de l'écran composent ainsi avec ce qui est montré/vu et l'évènementialité du texte, participant à redéfinir les modalités de publicité de l'écrit à travers les migrations de motifs des représentations visuelles de l'acte de lire et de la réception en général.

*« Dépaysement » de l'archive et jeux d'images : la dynamique d'un questionnement sur un objet contemporain*

L'étude s'appuie entièrement sur des ensembles iconographiques, faisant le pari de la portée heuristique des confrontations entre des sources visuelles dont les dates, les origines et les supports sont contrastés. Ainsi que le dit si bien Arlette Farge, nous avons souhaité être « dépaycée » par l'archive (Farge, 1997).

L'ouvrage débute par une discussion sur la notion d'écran en lien avec celle de l'écriture, pour aboutir à un programme de travail traversé par une double problématique. La première concerne les mutations de l'écriture dans l'espace public par l'espace de publicité que constituent les écrans électroniques ; la seconde problématique traite de la circulation sociale de l'écran, en tant que forme culturelle dotée de statuts et de valeurs qui sont modifiées en fonction des contextes situés. (*Chapitre 1*).

La « scène de lecture », genre et motif iconographique constitue une entrée tout à fait fertile pour analyser ce qui fait la spécificité de ces représentations de représentations (l'inscription). L'écran est ainsi abordé dans cette étude à partir de ses *images*, de ce qui en est visible comme de ce qu'il rend visible dans l'espace public. En nous intéressant aux iconographies de la lecture de l'imprimé, nous engageons une discussion sur la question de la « représentation » de l'écrit : les scènes de lecture témoignent des valeurs symboliques accordées à ces imprimés (texte et objet) dans une époque et une société donnée. Ce motif iconographique rend compte de décisions liées à la *monstration du texte et du support* plutôt que des pratiques de lecture. (*Chapitre 2*).

Aussi, nous engagerons une discussion sur la méthodologie à partir du troisième chapitre, afin de situer le projet d'iconographie de l'écran dans une démarche communicationnelle, en regard d'autres disciplines de l'image. Il s'agit de mettre en œuvre une dynamique de recherche qui assume résolument la source visuelle et une réflexivité continue sur la production des images en tant que sources pour la recherche. Comment voit-on les écrans ? Comment voit/interprète-on par les écrans ? Une double démarche organise le travail sur les images selon un certain *éclectisme méthodologique* qui est organisé à partir des questions soulevées dans les chapitres précédents : remontant le temps pour faire des hypothèses, nous conduisons une double analyse quantitative et diachronique (publicités de 1980 à 2009) et qualitative et ethnographique (collecte d'images et organisation par planches) (*Chapitre 3*).

Le chapitre suivant présente de manière chronologique l'analyse quantitative des spots publicitaires, en trois décennies, comme trois périodes au cours desquelles se transforment les relations entre texte et média. Dans la publicité, l'écran - l'image qu'il contient - est quasiment toujours « pratiqué ». Il est la face sociale de la machine, le lieu du connu/reconnu, du lisible, de l'émotion, de l'écriture et de la création, de l'*appropriation*. (*Chapitre 4*). Ce chapitre occupe une fonction de charnière, en raison de sa position centrale dans l'économie de l'ouvrage et des conclusions qu'il permet de dégager.

A sa suite, un groupe de trois chapitres permet d'approfondir les axes esthétiques et esthétiques gouvernant cette phénoménologie de l'écran, et qui ressortent de l'analyse quantitative et diachronique de l'iconographie publicitaire : celui de l'affichage et de l'espace public (*Chapitre 5*), celui du corps lisant représenté (*Chapitre 6*), celui de la matière de la textualité numérique (*Chapitre 7*).

A partir des collections d'images dont le lecteur trouvera les planches iconographiques en annexe, nous souhaitons « reconnaître la dispersion du monde et [nous] engager, malgré tout,

dans l'entreprise de son recueil. » (Didi-Huberman, 2011a, p.139.) Mobiles, ces neuf planches peuvent être manipulées dans l'ensemble de l'ouvrage en illustration. Elles renvoient néanmoins aux parties des trois derniers chapitres, comme des appareillages de l'analyse. Souhaitons qu'elles parviennent à rendre compte des transformations du statut de la lecture dans la société et de la valeur anthropologique des écrans.

## Chapitre 1. L'écran et l'écriture : surface, texte et matière

---

Selon David Olson, la culture écrite relèverait du passage d'une pensée sur les choses à une pensée *sur les représentations des choses*, une « pensée sur la pensée » (Olson, 2010). Si les appareils de diffusion de contenus textuels et iconiques (écrans de télévision, ordinateurs, cinéma, téléphone mobile) ne constituent pas une nouvelle culture (bien que l'on parle de *culture d'écran*), les transformations des modes de production et de circulation des contenus qui se sont effectuées en une trentaine d'années déplacent les normes et les repères de cette pensée sur la pensée, en particulier parce qu'ils reconvoquent de manière particulièrement ostentatoire la dimension visuelle du texte.

Le chapitre s'ouvre par une discussion sur la notion d'écran, dans ses rapports avec l'écriture : il s'agit de poser les bases d'un programme de travail traversé par une double problématisation de l'écran. D'une part, celle des mutations de l'écriture dans l'espace public par l'espace de publicité que constituent les écrans électroniques ; d'autre part, celle de la circulation sociale de l'écran, en tant que forme culturelle dotée de statuts et de valeurs qui sont modifiées en fonction de contextes situés. En quoi l'écran électronique modifie-t-il les conditions de l'*inscription* ? Dit autrement, de quelles manières les pratiques de l'écran ont-elles infléchi nos relations à l'écriture et plus largement à « l'inscrit », qui peut concerner des types de signes hétérogènes, de l'iconique au linguistique ?

### 1. Entre « pensée de l'écran » et pensée du texte

L'hypothèse principale que nous explorons dans cet essai est bien que l'usage des écrans comme support d'affichage du texte (ou d'une configuration signifiante à lire/voir) a modifié les relations entre la matérialité du texte et son support, mais également, a régénéré ou réinventé la surface. En trois temps initiaux, sont rassemblés les principaux enjeux qui fondent les rapports de l'écran électronique et de l'écriture. Enjeu de publicité du texte, d'abord, enjeu de mémoire et de déliaison de la trace et du support ensuite, enjeu de mise en

lisibilité, entre donner à lire et à voir, enfin : en filigrane, tous trois ouvrent le questionnement sur les qualités singulières des textes informatisés dans leurs lieux de lecture que sont les écrans.

### ***a. La pierre, la surface et l'espace public***

On abordera ici deux aspects du rapport entre support d'inscription et opérativité symbolique : le premier est lié à l'espace (la surface) ; le second à sa visibilité dans l'espace public, c'est-à-dire dans un espace au second degré.

Les différents travaux d'Anne-Marie Christin mobilisent tous un postulat commun qu'elle définit comme la « pensée de l'écran » qui donne à la *surface* un rôle anthropologique et sémiotique tout à fait singulier et fondateur. Ainsi, elle situe l'invention de l'écriture dans

« la découverte – c'est-à-dire (...) l'invention - de la *surface* : elle est le produit direct de la pensée de l'écran. (...) Elle procède par interrogation visuelle d'une surface afin d'en déduire *les relations entre les traces que l'on observe*, et, éventuellement, leur système. » (Christin, 2009a, p. 8)<sup>4</sup>

Dans cette citation, on voit très nettement que le voir et le lire ne sont pas opposés : l'activité interprétative dépend de leur articulation. Elle s'accomplit par un trajet des yeux (« une interrogation visuelle ») et de l'esprit (« en déduire »).

Il apparaît dans l'histoire des civilisations que cette pensée sur la pensée est plus précisément une pensée de la *surface d'inscription*. Différentes époques reconnaissent au pouvoir sémiotique de la surface des statuts variables, l'écriture alphabétique ayant progressivement atténué cette réflexivité symbolique sur le support du texte. On retiendra ici le caractère évolutif et relatif de la relation symbolique des signes avec la surface d'inscription, en tant que cette relation répond à une pensée située (une geste politique) et définit le statut de l'écriture à une époque donnée.

« Aux alentours de 650, avec l'écriture monumentale et publique, commencent à apparaître de grandes pierres levées couvertes de lettres, les tables d'écritures (...), de large supports entièrement réservés à la gravure. Autre manière d'écrits, nouveau statut de l'écriture. C'est alors que l'écrit fait son entrée dans la cité : sur une surface largement déployée et à des fins essentiellement politiques. » (Detienne, 2010, p. 12).

---

<sup>4</sup> C'est nous qui soulignons.

L'exemple de la machine solonienne de publicisation des lois dans le Prytanée permet de souligner très clairement le processus de monumentalisation par l'écriture des règles fondamentales de la vie dans la cité : règles typographiques garantissant la lisibilité, autoréférence de l'écrit (intertextualité des lois, qualités de rigueur et d'exactitude de l'écriture, etc.) (Ibid., p. 14 et 18). Régler l'espace de publicité de l'écriture se fonde ainsi sur les médiations conjointes d'une pensée de l'écran et du geste d'inscription, dans un espace de lecture qui est celui de la cité comme surface au second degré. La pierre gravée ou peinte participe à l'organisation du champ du politique parce qu'elle prend place dans l'espace physique et symbolique de la ville (le Prytanée mais aussi les grands sanctuaires), intégrant les éléments physiques (la lumière, l'ombre) et sociaux (les pratiques de circulation codifiées). « L'économie monumentaire est donc celle d'une mémoire-pierre, qui s'érige et se conserve, contextuellement. » (Merzeau, 1999, p. 49).

On se gardera bien de généraliser les caractéristiques propres à l'émergence de l'écriture dans la Grèce ancienne, mais ce détour historique permet de pointer deux principes : d'abord, la surface est aussi matière. C'est à la jointure entre ces deux dimensions que le statut de l'écriture se définit et que l'on peut désigner le texte comme une forme ; ensuite, la surface ne peut se penser qu'en situant la surface de la stèle ou du document-monument dans celle, physique et pratiquée, de la Cité. Si Anne-Marie Christin décrit un écrit à *plat*, en deux dimensions (le texte-image de la « déraison graphique »), le point de vue de Marcel Detienne permet d'intégrer une troisième dimension, qui relève en fait d'une mise en abyme de l'écriture dans un espace à interpréter (l'inscription dans la ville en lien avec son organisation symbolique et politique) : des « *écritures du lieu* »<sup>5</sup>.

« Lorsque la page s'affiche elle a pour vocation essentielle de donner à voir ou de donner à lire. Elle se définit alors autour d'une pratique de communication et remplit cette mission dans le cadre d'une scène de lecture publique. Espace du visible – avant que d'être espace du lisible -, elle s'offre à l'homme de la rue et répond de ce fait aux lois de l'image et de la lecture à distance. » (Souchier, 1999, p. 33).

---

<sup>5</sup>Dominique Fabre, cité par (Souchier, 1999).

## ***b. La forme et la mémoire : de l'écriture au texte***

Plusieurs catégories se télescopent ici : celle de l'inscription ou trace, celle de l'écriture et celle du texte. Elles conduisent toutes aux questions de la *forme* et de la *mémoire* qui sont bouleversées avec le texte informatisé : « L'enjeu est d'importance, car la page est pour l'homme un espace singulier, l'écriture y est en effet tendue entre mémoire et révélation. » (Ibid., p. 53). L'exemple de la page nous servira de fil conducteur, car elle constitue aussi bien un espace physique (une surface), qu'une forme culturelle (la page préexiste au codex) et un instrument (une unité). La puissance formelle de la page se nourrit à travers les siècles pour constituer une forme diversement opératoire, notamment par sa nature rectangulaire :

« Dans le passage du rouleau au *codex*, on donne priorité à une forme qui va connaître une vogue inouïe jusqu'à aujourd'hui, celle du rectangle. Il est frappant de voir que dans la culture occidentale le rectangle occupe une place si considérable pour le livre, pour l'image, aujourd'hui pour d'autres catégories d'images comme la télévision, le cinéma, la photographie. Même dans notre vie quotidienne, portes, fenêtres sont des ouvertures sur le monde qui ont des formes rectangulaires (...) Il y a d'autres civilisations où ce sont d'autres formes de périmètres qui jouent ce rôle : circulaire par exemple. » (Pastoureau, 1995, p. 35).

La page délimite un périmètre d'inscription ; elle configure également l'écriture, en tant qu'elle est une forme culturelle (intellectuelle). « C'est sa qualité d'apparence antérieure à toute trace qui fait l'iconicité du support d'un texte ou d'une image. » (Christin, 2009a, p. 46). Enfin, elle n'est pas le texte (elle ne le recouvre pas forcément) bien qu'elle participe à son actualisation par sa formalisation dans l'activité de lecture. Pourtant, si l'on définit le texte comme une configuration signifiante (devient alors texte toute forme sémiotique interprétable) il n'est pas illogique de dire que la page constitue un texte, organisé et délimité dans/par sa surface.

C'est dans ce sens que les travaux d'Yves Jeanneret et d'Emmanuel Souchier mobilisent la notion de texte pour analyser les médias informatisés : le texte est alors le donné à lire dans l'espace de l'écran, l'ensemble de signes *affichés*. Il n'est pas le texte de l'auteur, encore moins (ou pas exclusivement) celui de l'herméneute<sup>6</sup> : c'est un quasi-objet.

---

<sup>6</sup> Le colloque international organisé en mars 2012 à l'université Paris-Sorbonne « Textes vus, images lues » par l'Equipe d'accueil Voix anglophones : Littérature et esthétique (VALE) est un exemple de cette approche centrée sur une herméneutique du texte en intégrant sa « visibilité ». « Si le cheminement linéaire de la lecture est redéfini ou désorienté par ces effets visuels au sein du texte littéraire, une nouvelle forme de temporalité ou de narrativité se recrée par l'insertion de mots ou de signes graphiques dans l'espace des oeuvres visuelles (...)»

Résumons : apparaissent là deux plans du texte qui mobilisent différemment leur lien avec la surface de l'inscription. Le premier plan est celui du texte-écran, métaphore de l'activité herméneutique (ce qui est montré, ce qui est biaisé, voilé). Pour Jan Baetens, c'est l'activité interprétative qui est définie par cette métaphore, intégrant la part intertextuelle et formelle du texte dans sa *lecture*, définie comme *lecture écranique* (Baetens, 2004, p. 97). Le second plan saisit ensemble la trace et le texte, en y intégrant la question de la matérialité (Tardy, Jeanneret, 2007).

« Il n'est de figure dans une image que par rapport à un fond, et (...) ce fond ne constitue pas le négatif de la forme, mais son support, aux deux sens où il tient physiquement la figure à la matière dans laquelle il la « supporte », bois, ou papier, ou encore huile - de façon indissociable » (Christin, 2009b, p. 48).

Ainsi, la métaphore de la page qui est mobilisée pour définir les textes affichés par le système documentaire du web (« page web ») ou dans les sémiotisations des gestes de la lecture pour les livres électroniques, sont autant de rééquilibrages des catégories de l'écriture et du texte à travers les enjeux de la forme et de la mémoire (Juanals, 2005).

Or, si l'on attribue au texte numérique la caractéristique de marquer la séparation entre texte, inscription et surface (et donc ce qui se conserve), il est néanmoins utile de définir précisément ce que recouvre cette séparation. Souvent confondue avec une rupture entre le texte (comme idée) et son support, par confusion entre les deux approches du texte que nous avons définies précédemment, cette mutation fait l'objet de raccourcis comme celui qui considère la « dématérialisation » du texte ou sa « qualité » virtuelle ». De nombreux travaux ont montré l'invalidité ou l'approximation au cœur de ces analyses de la rupture numérique. D'abord, en indiquant que cette scission n'est pas propre au numérique. Dominique Ducard retient des travaux d'Illich sur les mutations de l'écrit au 12<sup>ème</sup> siècle « l'idée d'une dématérialisation du texte, ou plutôt, le terme est trompeur, l'émergence d'une nouvelle forme d'abstraction de l'écrit en tant que forme d'intellection distincte de son empreinte physique. » (Ducard, 2004, p. 123). Ivan Illich a ainsi profondément et durablement défait l'étroite

intrication entre le livre, comme support, et le texte livresque qui en est une abstraction et qui lui survit. Mais cette séparation n'est pas propre à l'écran, Ivan Illich rappelant combien le mode de partition du texte qu'est la page constitue, dès le 12<sup>ème</sup> siècle et avant l'imprimerie, un premier stade, fondateur, de cette abstraction (Illich, 1991, p. 9)

Ensuite, l'interrogation de l'« épaisseur » du texte numérique met particulièrement en défaut un amalgame entre l'abstraction livresque et la numérisation. L'écrit numérique semble *matérialiser* justement ce que Dominique Ducard désigne comme une « abstraction de l'écrit » en rendant nécessaire à l'affichage (à l'inscription) une couche (voire plusieurs, nous y reviendrons) d'inscription cachée, celle du codage numérique. Yves Jeanneret formule cette ambiguïté constitutive au texte informatisé en soulignant le paradoxe entre la multiplicité des couches d'écriture (la trace) et l'accessibilité (le flux) : « Il y a une sorte de sur-visibilité des objets, une omniprésence, une accessibilité (...) Qu'est-ce qui nous crève les yeux ? » (Jeanneret, 2004, p. 153). Il semble ainsi que la question puisse être posée en ces termes : quel équilibre entre les parts matérielles et abstraites de la textualité numérique ? Dans quelle mesure la tension entre ce que l'on voit et ce qui est masqué est-elle un facteur de redéfinition de nos rapports à l'inscription, puisque la page ne constitue plus une métaphore reliée à une physique du texte ?

### ***c. Ce que l'on voit, ce que l'on tient : détour par la catégorie du document***

Ainsi, nous l'avons dit, la question de l'inscription posée dans le contexte numérique conduit à différencier plusieurs couches d'écriture (Cotte, 2011). D'abord, du point de vue du codage binaire propre du texte : on considère alors la couche de programmation (ou paquets de données numériques) qui stabilisent les différentes formes d'affichage du texte en tant que forme lisible, c'est le « niveau profond ». Ensuite, du point de vue de sa production/édition, le texte est *supporté* par un *architexte* logiciel qui le place dans un lieu déjà inscrit et sémiotique, un « niveau de surface ». Enfin, le troisième niveau est celui du texte, que Sylvie Leleu-Merviel désigne comme « niveau abstrait », ou plus précisément, comme une représentation abstraite du document (Leleu-Merviel, 2004).

Définir ce qui fait trace, inscription et texte peut ainsi recourir à une autre catégorie, celle du *document*. Elle contraste avec les analyses d'Ivan Illich qui oppose *texte livresque* et *information* : « Comme les signaux d'un vaisseau fantôme, les chaînes numériques forment sur l'écran des caractères arbitraires, fantômes, qui apparaissent et puis s'évanouissent. » (Illich, 1991, p. 141). De fait, la catégorie du document a une portée heuristique certaine pour

penser les organisations signifiantes affichées sur les écrans électroniques en renvoyant à l'usage l'opération de transmutation de l'inscription en document. « Le document numérique, pas plus que le document imprimé, ne saurait se définir par la seule spécificité de son support : les notions d'information et de document ne peuvent s'appréhender hors d'un processus de communication dans lequel l'objet signifiant va s'instituer document à réception. » (Gardiès, Courbières, Fraysse, 2006, en ligne).

Où situer alors la *trace* ? Une manifestation concrète dans un rapport codé à quelque chose d'absent ? Sylvie Leleu-Merviel en propose cette définition, sensiblement différente de la perspective de Louise Merzeau qui fait fonctionner la *trace* comme catégorie de la mémoire, mais sans forcément en définir les limites. Pourtant, si le document est trace, la trace n'est pas forcément document. Le document est bien ce qui fait lien entre les données et la surface d'affichage (le texte), en fonction du « projet » du récepteur préfiguré dans sa forme.

Un deuxième élément doit être ajouté à cette délimitation du périmètre du texte numérique : il s'agit de son intersémiotité constitutive, supportée par une réécriture (niveau profond) qui la cache/masque (nous « crève les yeux »). Comme Yves Jeanneret l'observe, l'intégration numérique permet de présenter des textes très hétérogènes sur un écran unique mais plastique dans ses formes. Ces objets, qui apparaissent au lecteur dans une scène uniforme, sont en réalité issus de traitements différents qui intègrent une interprétation de leur nature (Jeanneret, 2012). Ainsi, la « pensée de l'écran » est bouleversée par le rôle prédominant joué par la surface pour le texte informatisé.

La capacité intégratrice de l'écriture numérique renverse l'équilibre texte/surface d'abord, comme nous venons de le voir, parce que le texte affiché est amputé des variations de matière, d'épaisseur, la surface apparaît comme superposée (une « vitrification ») ; ensuite, parce que la dimension *cadran*te de l'écran numérique s'exerce de manière autonome et produit une énonciation éditoriale marquée, d'abord, par l'appareil technologique.

#### ***d. Le cadre et le lisible : reconnaissance et lecture du texte, en son lieu***

La dimension aveuglante de l'écran électronique rappelée par Yves Jeanneret, fait de l'écran une véritable « scène » aux pouvoirs d'uniformisation et de masque. On perçoit la nécessité de penser son cadre, c'est-à-dire la « fenêtre » qui sépare cet ensemble de signes du reste du monde, et lui donne une cohérence, le rend lisible. Comme tout cadre, il définit une *perspective*. De manière générale, c'est par ses limites que le lecteur aborde le texte (Béguin,

2006) : ces limites sont matérielles (la page, la forme du texte, la marge) et intellectuelles (relevant du genre, de l'esthétique, de la ligne éditoriale). Une des fonctions premières du cadre est ainsi celle de la limite (Aumont, 2009).

L'écran constitue donc une surface et un cadre : il cache (le code numérique) en même temps qu'il montre. Comme tout cadre, le cadre de l'écran projette un hors-champ :

« On a alors un effet proche du cinéma : le lecteur en oublie encore plus volontiers l'opération d'extraction et tend à recréer mentalement un espace « hors-champ » continu et homogène au monde représenté. On rejoint la réflexion d'André Bazin qui définit le bord de l'image filmique comme un « cache » mobile. (...) L'image ainsi présentée suggère une continuité de l'espace au-delà de ce qui est laissé à voir. (...) » (Béguin, 2006, p. 66-67).

Pour le lecteur-spectateur de l'écran numérique, le travail de la limite opéré par les bords mêmes de la machine a une part opératoire qui est loin d'être annexe.

A partir de l'exemple des mutations éditoriales d'un texte singulier, la bande dessinée, nous dégagerons deux figures d'une rhétorique du cadre-écran : le *cache* et la *mise en abyme*. Les opérations d'adaptation numériques de bandes dessinées sont particulièrement révélatrices des transformations formelles et culturelles du texte, mais également de l'expérience interprétative. Dans le cas de la bande dessinée, la page est confondue avec la planche - définie comme un « hypercadre » par Thierry Groensteen (1999) - qui contient une deuxième unité cadrante, la case.

### *Figure du cache*

De fait, les éditions de bandes dessinées réalisées pour une lecture sur un téléphone mobile de type smartphone conditionnent un cadrage du texte qui n'est plus défini par les éditeurs dans une collection mais externe, puisqu'il est lié à la « machine à lire » : la mise en scène de la bande dessinée est ainsi contrainte par ce cadre, surface de lecture et objet, et qui va poser différents problèmes au texte de la bande dessinée dans le cas des adaptations d'albums imprimés. Les règles de lecture données par le cadre de l'écran de smartphone vont être différemment assumées par les acteurs en charge du projet d'édition (éditeurs/auteurs).

Dans certains cas, la planche originale est conservée comme une unité première. Elle sert d'icône de navigation : réduite, elle est illisible et prend un statut d'objet à cliquer (ou toucher) et non à lire. Soit la planche est visible, et elle est illisible autrement que comme objet, soit elle est rendue lisible par un procédé de zoom et de déplacement dans le cadre et

elle est invisible en tant que planche. « Le cadre est un des procès qui conditionnent le passage de la vision à la contemplation, de la visibilité à la lisibilité du tableau. » (Marin, 1993, p. 139). La planche agrandie déborde l'espace du cadre et ses lacunes rappellent sans cesse qu'elle préexiste, en entier, ailleurs. L'expérience de lecture s'effectue ainsi entre externalisation et internalisation du cadre par rapport à la planche. Ainsi, par sa manipulation du logiciel de lecture, le lecteur doit résoudre un conflit éditorial entre l'hypercadre (la planche) et l'écran. C'est, d'abord, un problème de surface. Dans ce cas, on peut dire que « l'opacité des textes est donc introduite par le processus même qui entend rendre plus aisée leur lecture. » (Chartier, 1993, p. 10). Comme tout cadre, le cadre de l'écran projette un hors-champ. En effet, les logiciels de lecture simulent le déplacement d'une page derrière la fenêtre de l'écran : le smartphone constitue bien un cache qui renvoie cependant à un hors-champ différent de celui du cinéma où « cette façon d'opérer joue sur l'illusion d'immersion dans un autre monde » (Ibid.). Le cadre de lecture ne coïncide pas avec la mise en page de la planche et il revient au lecteur de « dimensionner » le contenu pour ce cadre, comme dans une fenêtre d'apparition du texte<sup>7</sup>, un *cache* pour des « vues ». L'écran s'apparente alors à une *machine à vues*.

### *Figure de la mise en abyme*

La deuxième figure qui nous intéresse est celle des mises en abyme de l'écran, classiquement observables dans les émissions télévisuelles. Ainsi, à propos de l'émission *Mots croisés*<sup>8</sup>, Bernard Leconte évoque la présence d'écrans enchâssés et démultipliés (du grand écran central qui permet de voir l'invité en duplex à la « tour » de moniteurs) particulièrement ostentatoire, et qui induit une certaine « ubiquité, clivage du moi spectatorial et leurre fondamental et fondateur dont le téléspectateur est l'objet (...) » (Leconte, 2004). Or, une fonction sémiotique singulière accompagne ces emboîtements, et qui va plus loin que la production d'un spectateur démiurge. « En répétant le cadre de l'image à l'infini, la mise en abyme affirme avec obstination la légitimité du cadre, évince le hors-champ pour l'installer dans l'image même, à cette frontière indéfinissable qui est celle du cadre dans le cadre » (Lambert, 1986, p. 6).

Emmanuel Souchier a montré comment la catégorie de page se redéfinissait dans les écrits d'écran, emboîtant un cadre texte, un cadre logiciel et un cadre objet, sans donner aux formes

---

<sup>7</sup> A la manière des dispositifs de lecture des microfilms.

<sup>8</sup> France 2, depuis 1997.

de l'écran un rôle sémiotique. Il nous semble important de prolonger le point de vue d'Emmanuel Souchier en attribuant au cadre écran la capacité ultime d'intégrer les signes, d'en rendre *indiscernable* la valeur et le statut, effaçant les cadres de leur lisibilité (Béguin, 2006)<sup>9</sup>.

Le « cadre-limite » du cadrage cinématographique peut lui aussi entrer dans le film (dans le cadre de l'écran de visionnage) - mais presque inévitablement, sous forme fictionnalisée. Le *drive-in* fournit un exemple alternatif dans lequel l'expérience spectatorielle (le dispositif de visionnage du film) produit la mise en abyme : « Le cadre est-il celui de l'écran, celui du pare-brise de la voiture ? Comment comprendre cette situation d'un cadre du spectacle dans le cadre ? (...) » (Aumont, 2009, p. 229). A l'instar du *drive-in*, l'écran numérique concentre ainsi plusieurs cadres : le cadre premier et physique des bords de l'écran ; les cadres iconiques des « fenêtres » des interfaces logicielles ; les cadres éditoriaux des documents eux-mêmes (bannière, menus, etc.) relevant de leur maquette, comme c'est le cas de la planche de bande dessinée. Le paradoxe relevé par Aumont à propos du « cadre du spectacle dans le cadre » apparaît particulièrement réactivé pour ces écrans d'affichage du texte informatisé, et repose sur la figure fondamentale de la mise en abyme de l'écran. Dariana Dula fait ainsi le postulat d'une autosimilarité constitutive des écrans (contenant d'autres écrans), qu'elle qualifie d'« amphibologie », c'est-à-dire une forme sémantiquement ambiguë et jouant sur ce double sens (Dula, 2012, p. 178). L'autosimilarité constitutive de l'écran acquiert ainsi une fonction rhétorique.

La « pensée de l'écran » de laquelle nous sommes partie constitue un paradigme productif pour le travail de discussion des dimensions singulières du texte donné à lire sur des écrans numériques, notamment parce que ce paradigme permet de faire jouer les équilibres entre inscription, surface et perspective. Le texte est trace et document : l'écran électronique est le lieu temporaire de réunion de ces deux statuts, une *surface*. Cette surface délimite sémiotiquement le texte selon deux figures principales, le *cache* et la *mise en abyme*. En cela, « la pensée de l'écran » définie par Anne-Marie Christin est déstabilisée puisque la vision et l'interprétation vont dépendre d'une opération singulière, l'affichage ou *projection*, affectant la *matière* même du texte et qui est liée à la mémoire (Souchier, 2004).

---

<sup>9</sup> De fait, dans cette perspective, l'analyse sémiotique comporte à la fois le projet de *discerner* et celui de saisir une *indiscernabilité* (entre le document, le texte, le support, le cadre) qui serait une propriété des écrans. Merci à Yves Jeanneret a attiré mon attention sur cette vertu de l'indiscernable.

## 2. Vision et interprétation : projection et matérialités du « texte »

Si le texte à l'écran ne constitue que la couche superficielle de l'inscription, c'est bien celle-ci qui fait l'objet d'une lecture. La part éphémère et instable de l'affichage (ou de cette actualisation) est relative et conduite par la couche profonde du codage numérique. Mais cette stabilité de la trace, invisible pour le lecteur, est soumise à la *projection* du texte et sa formalisation.

Un ensemble de travaux très fertiles ont portés spécifiquement sur la littérature numérique, c'est-à-dire un genre qui fait signe vers une pratique de lecture experte/herméneutique, et qui est, d'abord, une question de création artistique. Le travail fin mené par les chercheurs du colloque "e-formes" interroge dans son ensemble la textualité numérique à partir de sa matérialité, dans un champ paradigmatique qui est celui du littéraire : la question transversale, parmi d'autres, est bien de comprendre ce que devient la littérarité pour des récits littéraires interactifs. « L'esthétique de la matérialité, dans les récits littéraires interactifs, est d'abord une esthétique de la matérialité du texte. (...) Le lecteur manipule du texte. » (Bouchardon, 2008, p. 136). Ces recherches portent sur la création numérique et souhaitent en définir certains caractères esthétiques, notamment liés à de nouveaux rapports entre matières du texte et de l'image. Pour exemple, Serge Bouchardon propose une esthétique de la matérialité « manifeste à trois niveaux : matérialité du texte, de l'interface et du support. » (Ibid., p. 136) qui souhaite prendre acte des figures de la manipulation, c'est-à-dire de la relation signifiante entre média et geste (Saemmer, Maza 2008, p. 201). Monique Maza conclut le texte introductif en insistant sur la nécessité d' « explorer ces nouveaux lieux interactifs de l'art numérique au niveaux des enjeux de la coexistence des « données textes » et des « données sensibles » dans l'espoir de mettre à jour d'insolites figures de scripturalité » (Maza, p. 16).

Nous empruntons un chemin buissonnier en posant sur le texte numérique un regard non plus circonscrit à certains de ses créateurs mais chargé d'en suivre la trivialité à partir de ses formes les plus ordinaires. La surface de visibilité que réserve l'écran au texte numérique constitue ainsi l'entrée principale de cette partie. Nous avons repéré trois modalités de cet affichage qui affectent différemment la vision et l'interprétation du texte. La première relève du rapport de l'écriture avec le média et concerne les transports médiatiques (intermédialité) ; la seconde porte sur la plasticité du texte et de ses échelles qui modifie profondément la mise en scène (la publicité de l'écrit) en jouant par exemple sur les écarts perceptifs entre

projection et miniature ; enfin, la spécificité technique du numérique fonde sur la lumière une partie de ses signes plastiques.

### *a. Intermédialités et variations médiatiques : vers une analyse intermédiatique*

L'intermédialité est une notion ancienne qui a été particulièrement réactivée à propos des médias informatisés et qui recouvre plus largement les problématiques qui traitent des rapports entre les médias, notamment les filiations formelles entre les anciens et les nouveaux médias<sup>10</sup>. Certains travaux abordent plus spécifiquement l'interpénétration narrative, thématique et générique liée par exemple au cinéma et à sa réception (Catoir, Lancien, 2012). Les auteurs montrent notamment que la relation culturelle aux différents types d'écran affecte l'expérience spectatorielle du film, conduisant à une réception intermédiaire. Nous souhaitons pointer ici un aspect précis de l'intermédialité en jeu dans les écrans, proprement lié à l'affichage du texte numérisé, autrement dit, lié au « transport » plastique du texte. L'image photographique constitue un point de comparaison.

A propos d'une photographie de Robert Franck « *Words, Nova Scotia* », Hans Belting fait l'analyse d'un phénomène d'intermédialité lié à la reprise de vue de photographies, c'est-à-dire une image « autoréflexive » et qui convoque l'écriture dans l'image.



Illustration 2. Robert Franck « *Mabou* », *Words, Nova Scotia*, photographie 1977.

« Ce qui pointe à travers cet énoncé intermédiaire, c'est la concrétisation de ce que l'on voit ou de ce que l'on dit : des images vues et des mots prononcés se sont transformés en objets. Entre une photographie et son iconicité, il y a un aspect analogue à celui qui

---

<sup>10</sup> Voir à ce propos le texte de Jurgen Muller « Vers l'intermédialité », *Médiamorphoses*, n°16, 2006, p. 99-110.

sépare l'écriture et son aspect linguistique. Mais il n'existe en l'occurrence aucune relation linéaire entre les deux médiums. » (Belting, 2004, p. 306).

L'image photographique intègre une autre médialité, en faisant retour sur elle-même : le photographe interroge la « transparence de la photographie à l'égard d'une image d'un autre genre qui a son lieu dans le sujet. » (Belting, 2004, p. 300). Il nous semble que la numérisation comporte un pouvoir proche de la « transparence du médium » attribuée à la photographie par Hans Belting : l'affichage du texte informatisé en est une forme, comme la photographie développée.

Autre exemple, celui-ci issu d'une installation d'art contemporain : une jeune artiste, Gaëlle Boucand, a souligné ce processus d'intermédialité avec un dispositif comprenant un moniteur et un vidéoviseur. Celui-ci projette une photographie qui apparaît dans le cadre du moniteur.

« Un écran de contrôle est disposé à l'entrée présentant une réserve de musée d'histoire naturelle. A la fin de l'espace d'exposition, se trouve un visualiseur vidéo éclairant au moyen de ses deux néons latéraux un tirage photographique représentant la même image. Filmée par la caméra du visualiseur, cette dernière est retransmise en direct sur l'écran de contrôle de l'entrée. »<sup>11</sup>.

L'artiste joue particulièrement avec la matière même du document (son authenticité et son « ici et maintenant »), en même temps qu'elle met en tension la plasticité de celui-ci, « sa capacité d'élasticité » et dont l'opérateur est bien la projection.



Illustration 3. Gaëlle Boucand, *Permanent loop (Natural history II)*, 2006-2010, surveillance monitor, table, video viewer, photography, variable dimensions, Eclats, CEAAC, Strasbourg, FR, 2010.

<sup>11</sup> Gaëlle Boucand, <http://www.gaelleboucand.com/pages/indexwork.html>, consulté le 6 juin 2012.

Le texte numérisé à l'écran doit parfois faire avec les signes de sa surface « originelle » ; produit numériquement, l'intermédialité est *reconstituée* de manière artificielle (procédés de trompe l'œil : papier gramé par exemple, fausse aquarelle) selon des procédés d'emprunt (Béguin, 2003, p. 216). Mais on peut relever que c'est moins une *médialité* qu'une culture médiatique (une *médiaticité*) qui est en jeu.

Aussi, pour aborder ces variations intermédiatiques, le cas du texte de bande dessinée servira à nouveau d'exemple, à partir de deux formes de transports médiatiques et leurs effets : du livre au dessin animé, et de l'album à son édition numérique.

- L'étude comparée de l'adaptation de l'album papier Persépolis en dessin animé par Pauline Escande-Gauquié montre que « l'intermédialité fait que certaines caractéristiques de l'œuvre première sont accentuées par le nouveau média (...) L'aspect documentaire de la bande dessinée est amoindri au profit de l'affect. » (Escande-Gauquié, 2009, p. 103). Par exemple, Pauline Escande-Gauquié précise que « la nature du dispositif filmique donne l'illusion d'une perception partagée qui accentue l'effet d'identification au personnage principal. » (Ibid., p. 103). Ici, la transformation médiatique s'effectue entre deux médias traditionnels et dont les « médialités » peuvent être circonscrites : aucun de ces deux dispositifs ne surprend celui qui en fait l'expérience, tant les usages en sont codifiés, mais aussi les cadres (la page, l'écran) du support.

- La publication imprimée de bandes dessinées en ligne, parues initialement sous forme de publications dans un blog est devenue une forme courante. Les transports médiatiques qui s'y jouent reposent sur une réécriture de la bande dessinée qui suppose un nouvel ordre de mise en page : par exemple, elle remobilise la forme de la planche pour organiser le récit dans l'espace du livre et de la double-page, renversant notamment la verticalité de la page web. Surtout, l'intermédialité engage là un ordonnancement des formats éditoriaux entre eux qui est pensé par l'auteur ou l'éditeur et, plus largement, qui est marqué par les signes réciproques des supports entre eux, manifestant une certaine perméabilité entre les matérialités des différents médias, et, partant, des cultures médiatiques. Finalement, ce sont moins des phénomènes *intermédiaux* que l'on observe, que des phénomènes *intermédiatiques*.

L'examen des pratiques d'édition de bande dessinée révèle ainsi des types d'« affichage » du texte sur une surface qui relèvent d'une certaine manière de la *variation* musicale, entendue comme une modification d'un thème ou d'une phrase musicale. Cette variation redéfinit le

texte imprimé dans l'espace signifiant d'un média audiovisuel (et suppose, au-delà de la transformation de la narration, des transformations des images elles-mêmes, par leur *animation* et leur *projection*) ; c'est également une *variation rythmique*, qui exerce sur le texte imprimé des découpages et recadrages ; et encore, une *variation harmonique* qui s'appuie sur de nouveaux intervalles entre les dessins, leur taille et leur mise en contiguïté.

L'angle choisi permet de relever principalement deux caractéristiques intermédiatiques de l'écran, en tant que métaforme se réappropriant des mémoires médiatiques : d'une part, une « transparence » de la matière qui permet de sémiotiser une matérialité artefactuelle ; d'autre part, une « dynamique » de l'affichage qui renvoie à l'exercice de la *variation*, particulièrement industrialisée par les outils logiciels qui rendent possible l'affichage. Dans une certaine mesure, l'intermédiaticité est intrinsèque à l'écran numérique (« transparente ») et particulièrement ostentatoire, constituant une véritable esthétique dont les caractéristiques se distinguent du film cinématographique en ce qu'elles apparaissent *sans auteur*.

### ***b. Grandeurs d'échelle et plasticité de l'affichage***

Les grandeurs d'échelle sont rendues particulièrement plastiques et métamorphiques dans le cas de l'affichage ou de la projection du texte informatisé. Les proportions relèvent cependant de continuums, comme l'indique Divina Frau-Meigs à propos de l'écran de la télévision :

« Très tôt, dans les toutes premières expérimentations dont les techniciens de R. C. A. font état, les images à reproduire sont souvent de format (et de contenu) hollywoodien (...). Ce besoin de reproduire les images des films de cinéma et d'établir la compatibilité entre les deux systèmes visuels inscrit le passé d'Hollywood dans l'héritage de l'écran. La proportion de 4/3, par le biais du film au standard 35 mm, fait du cinéma le lieu de mémoire du format de l'image ». (Frau-Meigs, 1996, p. 20).

De fait, la question du format et des variations de grandeur d'échelle a des incidences au niveau éditorial de l'affichage du texte et au niveau sensible, c'est-à-dire au niveau de l'expérience interprétative. Si l'on convoque à nouveau l'exemple des transports médiatiques de la bande dessinée, on peut relever que certaines propositions des éditeurs numériques prennent en charge les deux niveaux et jouent soit, sur « la page infinie » (la « page » web), soit sur une adéquation/réconciliation du cadre de l'écran avec la page, comme le format

numérique *e-pub*<sup>12</sup> qui adapte automatiquement le texte au cadre en fonction des types d'écrans, ou encore le succès du format en « fac-similé » du *pdf*.

Or, cette élasticité de l'affichage conduit à varier les valeurs des textes. Vincent Lavoie l'observe à propos des images de presse agrandies et exposées au MoMA dans les années cinquante par Edward Steichen, conservateur :

« Steichen se sert de l'institution comme d'un instrument de valorisation de l'image de presse, et d'amplification de la fonction pédagogique attribuée aux documents historiques. Par un accrochage calqué sur le modèle de l'essai photographique, non seulement Steichen assimile le musée à un magazine illustré, mais il lui attribue un rôle narratif et commémoratif. » (Lavoie, 1998, p. 21).

Les procédés de zoom et d'agrandissement des supports informatisés permettent l'affichage logiciel de nouvelles formes culturelles définies par une rhétorique du détail (celui de la matière de la peinture ou du dessin, ou de l'extrait de texte écrit en quelques mots, voire en quelques lettres), focalisant sur certains éléments du texte et établissant de nouvelles frontières entre la vision (voir de près comme jamais) et l'interprétation (redimensionner pour lire, définir les relations entre le détail et l'ensemble).

### ***c. Lumière et image du texte : vers une autre matérialité***

L'expérience de vision/interprétation ne peut se passer du sensible et de l'expérience du corps (Manovich, 2010 ; Béguin, 2007) : que devient la *matière* du texte dont on a vu qu'elle était toujours artefactuelle ? Au cinéma, le regard s'accomplit par l'expérience sensible de cette matière, fut-ce celle de la poussière dans la lumière du projecteur.

« Aucune image n'a été aussi souvent transportée par la lumière que l'image cinématographique (...). Dans les conditions où elle est vue ordinairement cette image existe par projection, sur un écran blanc, une petite image-mère, imprimée sur un ruban de pellicule et éclairée par derrière. Tous les théoriciens de cinéma ont redécouvert que ce que nous appelons spontanément l'image du film n'a d'existence qu'éphémère et conditionnelle (...). » (Aumont, 2009 p. 239).

Le rapport à l'empreinte des signes (à l'inscription) est une composante de cette expérience : le projecteur de cinéma mobilisait, jusqu'à peu, l'image objet de la pellicule<sup>13</sup>. La critique

---

<sup>12</sup> Format standardisé ouvert de publication numérique (*electronic publication*).

<sup>13</sup> Voir le dossier des *Cahiers du cinéma*, « Adieu 35, la révolution numérique est terminée », n°672, novembre 2011.

souvent faite au livre numérique en regard de l'expérience tactile et olfactive de l'objet-livre papier, témoigne du lien sensible entre matérialité et interprétation. Beaucoup de travaux ont porté sur l'écran électronique entendu comme *cadre*. La *matière* constitue pourtant une entrée particulièrement heuristique pour décrire les mutations culturelles et symboliques en jeu dans les processus d'inscription et de transport médiatique du texte. Nous faisons l'hypothèse que la lumière est une dimension centrale de la matière du texte numérique.

De fait, les images du texte à l'écran sont culturellement identifiables en fonction des supports techniques mais également de leurs réglages (l'étalonnage) et du contexte d'affichage (luminosité extérieure)<sup>14</sup> : la couleur grise de la page des liseuses (encre électronique), la brillance saturée et la netteté des tablettes numériques, la pâleur et le léger flou des images produites par les vidéoprojecteurs. Les éditeurs de bande dessinée ou de magazines numériques valorisent cette propriété : « sur le téléphone portable, nous sommes immergés dans l'image. Nous donnons une grande importance au rétroéclairage. Ce procédé offre une luminosité incroyable, surtout en noir et blanc, les contrastes y sont sublimes. »<sup>15</sup> Tel est le lieu où la matière s'exerce, peut se saisir et engage diversement la vision.

Egalement, la question de la lumière a été intégrée par Bertrand Girardi comme un élément de la réception de l'image, permettant de discriminer des genres d'images et de faire des hypothèses sur leur origine (documentaire, fictionnelle, etc.).

« Le lumineux serait, d'une certaine façon, la représentation matérialisée de la lumière. En effet, une fois impressionnée dans le cadre, la lumière devient la réalité de l'image, un corps, c'est-à-dire une luminosité transitoire, comme une émanation entre présence et absence. Il est important de retenir ici que ce terme, le lumineux, doit être perçu comme un nouveau nom ou plus exactement comme le passage de l'adjectif à un nom commun spécifique de l'image, sans pour autant l'éloigner de la définition du lumineux comme adjectif, c'est-à-dire un corps ou objet qui émet de la lumière. » (Girardi, 2006, p. 48).

La lumière constitue bien une dimension importante de l'écran : en tant qu'il est luminescent, en tant qu'il accueille un texte lumineux.

---

<sup>14</sup> Les magasins de matériel multimédia sont des lieux d'observation tout à fait remarquables de cette diversité, particulièrement le mur d'exposition d'écrans de télévision. La couleur et la netteté, la déformation etc. donnent à voir une palette variée.

<sup>15</sup> Saligot, Belinda, « Lewis Trondheim dessine pour les smartphones », *L'express.fr*, publié le 09/09/2009 14:42 - mis à jour le 10/09/2009 14:00, [http://www.lexpress.fr/culture/livre/bd/lewis-trondheim-dessine-pour-les-smartphones\\_784420.html](http://www.lexpress.fr/culture/livre/bd/lewis-trondheim-dessine-pour-les-smartphones_784420.html), consulté le 24 août 2010.

L'examen exploratoire mené jusqu'à présent de quelques enjeux plastiques de l'écran, permet de souligner certaines caractéristiques de la dimension plastique du texte à l'écran.

- Soumise à des normes techniques et éditoriales, la projection standard du texte affiché repose sur une pensée de l'écran et de sa part culturelle et communicationnelle. Les transports intermédiatiques sont toujours plus nombreux et dans une certaine mesure facilités par l'écriture numérique : l'intermédiaticité de l'inscription est démultipliée et en même temps, synthétisée par les contraintes de l'écran. D'abord, celle de ses bords (écran comme cadre), ensuite, celle de sa matière (forme, lumière et couleur) qui absorbent les différences d'origine des documents.
- La diversité des formats d'affichage potentiels conduit à des changements d'échelle extrêmement variés et diversement contraints, entre agrandissements et réductions, à la fois du cadre (de l'écran d'ordinateur à la présentation Powerpoint) mais aussi du texte (zoom sur un détail, grossissement des caractères, agrandissement d'une fenêtre de navigation). Le flottement entre les bords du texte et ceux de l'écran est particulièrement caractéristique des rapports média/texte pour les médias informatisés.
- La lumière constitue une substance d'expression à part entière pour les éditeurs, pas complètement nouvelle puisque elle est traitée dans l'imprimerie à partir de l'équilibre des blancs et noirs dans la surface de la page. Mais cette question ressurgit particulièrement au sujet des moniteurs d'ordinateur, des tablettes rétroéclairées ou de l'encre électronique. De fait, ces techniques conditionnent les signes affichés (signes linguistiques, images fixes ou animées, œuvres picturales numérisées, etc.), chaque appareil de lecture le faisant *indistinctement* à partir de ses propriétés formelles et plastiques. Pourtant, cette indistinction rend paradoxalement plus sensibles certaines différences de la matière, ainsi qu'Anne Beyaert-Geslin l'a souligné au sujet des images de tableaux, « qui ne se réduisent jamais au statut d'image parce que leur signification reste – fût-ce lorsqu'ils ornent des produits dérivés, papier à lettre ou tapis de souris – marquée par la pratique picturale. » (Beyaert-Geslin, 2008, p. 103).

L'expérience sensible de l'écran implique, selon ces trois caractéristiques, une tension entre unification média/texte (dans l'écran, les signes ont tous la même matière) et diversification (l'inadéquation formelle entre le texte et le cadre, la luminosité exacerbent les différences plastiques). Nous posons là les prémices du questionnement sur la matière de la textualité numérique vers lequel nous conduit cette étude.

### 3. Les sens de l'écran électronique et leur mise en discours

On a vu que l'écran engage différents types de questionnement liés à la spécificité des rapports média/texte. Cette dernière partie ouvre sur une approche de l'écran comme forme culturelle et technique à laquelle sont attribuées des valeurs dans des contextes situés. La recherche souhaite aborder les modalités écraniques de diffusion de contenus culturels, notamment liés au numérique, sans prédéfinir un type de technologie ou de contenu. Les travaux de Divina Frau-Meigs ont montré toute la portée d'une perspective qui considère une généalogie de l'écran et de ses multiples identités de manière large, en traversant les frontières technologiques et industrielles (Frau-Meigs, 1996, 2011).

#### ***a. Coïncidences terminologiques et brouillage énonciatif : industries technologiques et industries médiatiques***

Le premier niveau concerne les relations entre les configurations signifiantes (le texte) et le support dans ses multiples dimensions matérielles (matériaux, processeur, carte graphique etc.). Il faudrait pour être tout à fait précis déplier une seconde fois la question en distinguant le texte logiciel et le contenu affiché. Les industries médiatiques (ou de contenu) sont *matériellement* liées aux industries technologiques. Entre elles se jouent des rapports complexes, évoluant entre désir, coïncidence, contiguïté, intériorisation, rejet, mais relevant rarement de l'indifférence. Par exemple, dans le cas du « livre numérique », comment s'établissent les frontières entre l'éditeur, l'application logicielle, le « reader » ou la liseuse que constitue le support numérique de lecture ?

Les adaptations ou la création de bandes dessinées pour des smartphones focalisent l'activité de l'éditeur pour un format fixe et de petite taille, sur le modèle d'un hyperlecteur qui aurait « une connaissance à la fois fine et intuitive de la lecture contemporaine et [d']une intuition de ses évolutions en germe. » (Béguin, 2006, p. 70). Entre édition traditionnelle et outillage technologique et logiciel, il est souvent difficile de distinguer les différents niveaux d'intervention des acteurs. Ainsi, AveComics est un éditeur français qui a développé une application dédiée à l'iPhone d'Apple<sup>16</sup> : le catalogue contient par exemple les différents volumes du Gaston Lagaffe de Franquin (en collaboration avec l'éditeur Marsuprod). Il est également possible de télécharger directement un des albums Gaston Lagaffe, comme une application. De même, la collection « ça ira mieux demain » développée par le même éditeur

---

<sup>16</sup> AveComics, développé par la société Aquafadas.

AveComics, proposant un abonnement payant et quotidien à des flux de dessins de presse est considéré comme « application ». Ainsi, les termes éditeur, auteur et œuvre, disparaissent au profit du mot unique d'*application* (usage tronqué du terme « application informatique »). Pourtant, Gaston Lagaffe n'est pas une application mais bien une série d'albums, tirée d'un catalogue d'éditeur et soumise à une adaptation formelle qui modifie les apparitions du texte à l'écran (et donc la maquette). La variation médiatique s'effectue en démultipliant les mises en page possibles de l'album. Ainsi, le terme « application » relève d'une interprétation techno-économique de la diffusion de contenus culturels. L'usage courant du mot engendre des ambiguïtés quant au rôle des éditeurs et à l'absence de définition des types de publication produits qui sont à notre sens problématiques.

Selon chaque éditeur, la mise en scène des bandes dessinées pour une lecture sur smartphone répond à des choix : ainsi, AveComics propose plusieurs modes de lecture dont l'un, case à case, qui permet d'éviter de zoomer pour lire les textes. Comic Reader Mobi conserve la planche initiale à partir de laquelle le lecteur agrandit les zones de texte ou des cases entières. De même, les stratégies éditoriales sont variées. AveComics s'appuie sur les usages du smartphone, dans des temps d'attente ou de trajet pour développer des offres d'abonnement quotidien à des *strips*. En convoquant la logique économique et commerciale du feuilleton et de l'abonnement, les éditeurs initient un modèle qui n'est pas sans conséquences sur l'expérience de lecture. Cette imbrication des industries technologiques et de contenu est tout à fait spectaculaire et elle va constituer une des particularités d'une culture de l'écran. Notamment, les enjeux publicitaires conduisent à renforcer cette imbrication en constituant l'image formelle de l'écran (du cadre) comme une figure repère (Bonaccorsi, 2011). Par exemple, les sites diffuseurs et magasins (librairies en ligne, Applestore) font particulièrement circuler des images exemplaires des écrans. Devant le lecteur-spectateur, dans l'écran, apparaît le texte du site web (un autre cadre) qui imbrique d'autres images d'écrans comme des panoplies (en « bouquets »). Ces emboîtements produisent des effets de sens qui s'appuient sur le design des écrans et la reconnaissance de leur forme.

### ***b. Le rôle du design : moniteur, écran et « machines à lire »***

L'invention de l'écran a été analysée par Divina Frau-Meigs à travers le cadre théorique du « réseau d'acteurs » de Michel Callon : elle décrit les fondements de la production d'un « artefact cognitif » fondé sur la numérisation, et souligne la rupture que constitue l'invention

d'un dispositif écrit servant un dispositif visuel, qui est analogique en surface (Manovich, 2010).

« Au début, l'ordinateur est un gros calculateur, sans écran (sauf dans les rares cas où il est utilisé comme radar par la marine, et où on lui adjoint un écran-radar, rond par nécessité de détection). C'est avec l'avènement de la micro-informatique que vient l'écran informatique désormais familier, ce qui fait penser qu'il faut l'associer à la sphère individuelle et domestique, dans un mouvement parallèle à l'écran de télévision. » (Frau-Meigs, 1996, p. 23).

Premier aspect, l'auteure souligne la place occupée par la connaissance des modes de perception humains dans ces innovations, associant vision et mémoire. Le codage/décodage de l'image électronique imaginé par Vladimir Kosma Zworykin dès les années trente repose sur le déplacement d'un signal sur des lignes horizontales et verticales et qui renvoie directement au modèle du texte écrit et de sa lecture (Frau-Meigs, 1996). Ces premières recherches sont orientées par l'objectif de produire un « œil de vision électronique », caractéristique d'une analogie entre la perception humaine et l'affichage électronique sur un écran.

Deuxième aspect, la domestication de l'écran (c'est-à-dire le processus social d'appropriation de l'écran) est accompagnée par la transformation de son design. Les designers comme les ingénieurs et les publicitaires interviennent ainsi à des degrés divers dans cette socialisation qui n'est pas réservée à l'usage. De plus, en se différenciant d'autres technologies existantes, l'écran va occuper une place dans les circuits industriels et commerciaux. Les nouveaux acteurs en jeu vont avoir intérêt à ralentir le développement de l'écran pour en nuancer aussi les impacts sociétaux, les « adoucir » : ces impacts concernent la transformation du rapport au représenté et du rôle joué par le cadre matériel et organisationnel qu'est l'écran. Plus largement, c'est l'impact du déplacement d'une culture écrite vers une culture visuelle.

En quelque sorte, le design participe à donner du sens aux écrans, en les « culturalisant ».

« Les membres de l'Industrial Design tiennent donc comme valeur centrale l'élimination de toute résistance, avec pour métaphore centrale celle de l'œuf (...). Cette obsession d'une forme qui sache se faire oublier transparait également dans leur volonté sociale « d'arrondir les angles ». Appliqué à l'ingénierie de la consommation, le rapport entre objet et utilisateur doit naturellement tendre à l'élimination de la résistance et de l'incertitude. Il s'agit de vendre non seulement l'objet mais aussi avec

lui l'idée d'un univers social bien contrôlé, qui donne du mouvement dans la stabilité. » (Frau-Meigs, 1995, p. 21).

Ainsi, les fameux bords arrondis des écrans d'Apple, mais aussi les icônes carrées des applications logicielles développées pour la marque, s'intègrent plus largement dans une esthétique du cadre héritée des années trente.

### ***c. La publicisation d'une culture de l'écran***

La position particulière du design est couplée avec la nécessité pour les industriels de souligner les qualités plastiques et techniques des écrans comme surface d'affichage. Montrer la qualité (netteté, confort, colorimétrie, etc) des écrans conduit à démultiplier les images des écrans, nécessitant une publicisation des écrans *et* du texte. De même, les éditeurs de contenus vont donner à voir les contenus textuels *et* les écrans.

Divina Frau-Meigs décrit très justement le « recyclage culturel » produit par les enchâssements avec d'autres formes de représentation (d'autres écrans), et souligne clairement la double nécessité patrimoniale et commerciale de cette industrialisation marquée par la répétition, la redondance et la dérivation. Elle reprend à Walt Disney le terme « imachination » pour désigner un certain imaginaire techniciste. Ainsi, c'est dans la phase de médiatisation que l'écran s'établit pleinement en tant que dispositif de représentation, passant du signal au signe.

Comme on l'a dit, les icônes des applications logicielles des smartphones ont une forme arrondie remarquablement disséminée dans le graphisme et le design contemporain. Dans les sites des éditeurs de bande dessinée numérique que nous avons observés, la convocation du cadre de l'écran de smartphone (plus précisément de l'iPhone) s'effectue selon un double registre :

- d'une part, la forme de l'objet « évoque » l'appareil, en en faisant disparaître la matérialité physique (épaisseur, coque et bouton). En cela, le reformatage d'une couverture d'album papier est représentative d'une hybridation des valeurs symboliques associées à ces deux matérialités éditoriales. Le lecteur repère là un contenu, et son format (d'ailleurs en incohérence avec la formulation « disponible sur le web »). Les bords de l'iPhone symbolisent la publication numérique en général, mobilisant ainsi les valeurs d'innovation et d'affectivité qui sont associées à ce smartphone en particulier, qui est cité abondamment par les autres industriels.

- D'autre part, le second registre relève de l'évocation du cadre de lecture comme support du texte. Le cadre essaïmé répète non seulement les caractéristiques physiques du smartphone mais aussi ses caractéristiques logicielles, en tant qu'outil de lecture (lecture, pause, avancer, revenir, rejouer). Frédéric Lambert a montré que ces reprises sont hautement signifiantes : « il s'agit d'exporter un cadre vers un autre, pour lui emprunter ses promesses. »<sup>17</sup>. Annette Béguin souligne ainsi que « cet essaimage du cadre d'un support à un autre relève d'un processus métaphorique au sens étymologique du terme.

Comme tout élément porteur de métaphore, le cadre ramène à l'énoncé global l'ensemble de l'encyclopédie qui lui est associée par les usages sociaux. » (Béguin, 2006, p. 203). Ainsi, c'est la référence au dispositif smartphone comme « machine à vues » qui constitue les règles de lecture du strip. En quelque sorte, si la planche peut être considéré comme hypercadre ou « organisme », le support d'édition du texte qu'est le smartphone devient l'organisme c'est-à-dire le dispositif de lecture selon plusieurs dimensions : comme cadre ; comme logiciel ; comme objet<sup>18</sup>.

#### ***d. Regards sur l'écran et artistes***

Les artistes ont porté depuis longtemps un discours sur l'écran : l'écran y est à la fois matériau (objet sculpture<sup>19</sup>), outil (projection de vidéo et performances) et sujet (Katz, 2004). On laissera de côté les deux premiers angles pour nous intéresser à la manière dont certains artistes mettent en discours le regard spectatorielle. Il est évident que les frontières avec l'écran comme matériau ou outil sont extrêmement ténues, mais c'est uniquement les artistes qui font du regard et de l'expérience spectatorielle leur sujet que nous convoquerons ici.

L'art vidéo puis numérique questionne à partir de dispositifs interactifs la question de la perception. C'est le cas de l'installation de Dan Graham en 1974 qui, par un jeu de miroirs et de moniteurs, produit une mise en abyme infinie de l'écran (Illustration 4). Aujourd'hui, de nombreuses œuvres font jouer les frontières entre les postures spectatorielle immersives et critiques des écrans. Le questionnement mobilisé par les artistes se déploie entre plusieurs

---

<sup>17</sup> (Lambert, 1999, p. 71), cité par Béguin, 2006.

<sup>18</sup> On peut ajouter que le logiciel utilisé par les maquetistes de cet éditeur simule également un smartphone (écran et appareil) lors de la pré-visualisation sur l'écran d'ordinateur.

<sup>19</sup> Machine démantelée, mise en série.

thématiques comme la passivité spectatorielle, le rapport homme/machine et l'interactivité, la multisensorialité et l'immersion, le virtuel et le réel.



Illustration 4. Dan Graham, *Opposing Mirrors and Video Monitors on Time Delay*, installation, 1974.

De très nombreux photographes et plasticiens se sont intéressés aux écrans des télévisions (Thorel, 2007). Dès les années soixante-dix, le téléviseur fait l'objet de détournements en tant qu'il constitue une « boîte », un objet : certains artistes produisent des émissions détournant les codes du petit écran, comme Peter Weibel en 1970 qui filme un présentateur d'actualités datant de l'année antérieure et s'étouffant avec son cigare, apparaissant « coincé » dans le poste. On peut également citer Valie Export en 1971, diffusant les images d'une famille qui semble regarder *l'envers* du poste du téléspectateur, illuminée par la lumière diffusée par l'appareil<sup>20</sup>.



Illustration 5. Valie Export, *Facing a family*, 1971.

Emerge ainsi un motif qui décrit en creux la place des écrans dans les vies domestiques et publiques : celui d'images représentant un spectateur (de télévision et plus largement

---

<sup>20</sup> Peter Weibel, *Tvnews (Tv-tod2 / Tv-death 2)*1970, et Valie Export, *Facing a family*, 1971 cités par Benjamin Thorel dans *L'art contemporain et la télévision*, 2007, p. 26-27

d'écrans). *Facing a family* produit un effet miroir par la médiation du format télévisuel lui-même et de l'appareil, qui apparaît comme un « conduit ».

D'autres travaux vont sonder différemment la place sociale et culturelle de l'écran, en s'intéressant moins à la déstabilisation du téléspectateur (voyeur/vu) et à la nature des contenus consommés, qu'à la question de la réception, entendue comme une activité corporelle, physiologique. Ainsi, c'est le cas de Wang Jianwei en 2000 avec l'œuvre *Connection* et Anna Malagrida avec *Telespectadores*, en 1999<sup>21</sup>. Le photographe Olivier Culmann a quant à lui exposé en 2011 une série photographique qui interroge le regard posé sur les écrans de télévision. Il présente des téléspectateurs du monde entier dont la posture, quelle que soit la nationalité, ramène à une passivité similaire.



Illustration 6. Olivier Culmann, *Watchers*, 2010.

Ces photographies offrent aussi des représentations d'intérieurs et constituent autant d'indices de la domestication de l'écran. La série des photographies articule de plus aux portraits des téléspectateurs hypnotisés des images des postes de télévision et des contenus médiatiques. Dans ces images, la pratique photographique fixe ensemble deux mondes disjoints (l'immobilité et la vie domestique) et, dans le même temps, met en évidence l'impossible jonction entre ces mondes.

L'écran hors-champ est rendu présent dans ces photographies par la lumière qu'il diffuse sur les visages et les corps des spectateurs.

---

<sup>21</sup> « Photo-sculptures ». (catalogue, Anna Malagrida, Fondation Mapfre, 2010, p. 201



Illustration 7. Anna Malagrida avec *Telespectadores*, 1999, catalogue, Fondation Mapfre, 2010, p. 201.

Au-delà de la télévision et dans des espaces publics, Hermine Bourgadier réalise plusieurs séries photographiques : en 2003, elle photographie les *Turfistes* à l'hippodrome de Vincennes<sup>22</sup> corps et regards tendus vers les moniteurs de retransmission des courses (des objets absents de l'image).



Illustration 8. Hermine Bourgadier, *Les Turfistes*, tirage numérique, 40 x 50 cm, 2003.

De même, la série *Street Fighters* réalisée par cette même photographe en 2005, montre les seuls visages de joueurs vidéo immergés dans les écrans.

« Les regards ainsi concentrés deviennent les repères (...) Ces constructions inversent le processus romantique « friedrichien » de la figure retournée qui nous guide vers l'infini de la perspective. » (Poivert, 2009, p. 8).

La culture d'écran est ainsi particulièrement traversée par la question de la *matière* et de la *perspective*. Les qualités visuelles du texte informatisé (son iconicité) sont soulignées par son « affichage » dans les bords d'un moniteur vidéo, d'une télévision ou d'un smartphone, l'écran étant ainsi une surface dont la matérialité relève de la lumière. Si le cinéma ou la photographie constituent leur matière par la lumière, (inscription sur la pellicule ou trajet de

<sup>22</sup> Hermine Bourgadier, *Photographies*, textes de Michel Poivert, Paris, Filigranes Editions, 2009

l'image dans le temps de projection) l'écran numérique définit un rapport entre l'inscription et la surface qui passe par cette matière-lumière. En tant que cadre, l'opérativité signifiante des écrans est particulièrement emboîtée et marquée par la figure de la mise en abyme qui assimile appareil et cadre de lecture dans ses représentations.

Le parcours réalisé dans ce chapitre part d'une discussion de la notion d'écran à ses modes de publicisation contemporains, qui participent à ses valeurs et vertus dans l'espace public. Nous en avons dégagé trois : le premier est lié à la technique et à l'objet (son design) ; le deuxième concerne la publicisation de l'écran par les industriels des contenus et les fabricants des appareils ; le troisième est propre à des interprétations artistiques de la forme écran et des enjeux spectatoriels qu'elle engage. Ce dernier mode de publicisation interroge particulièrement l'écran comme matériau mais également comme objet modifiant/affectant les corps.

Il apparaît ainsi que la publicisation des écrans, notamment gouvernée par les logiques publicitaires, ne peut être réduite à des enjeux marchands (montrer pour vendre) et doit être articulée avec un ensemble plus vaste répondant à d'autres enjeux : éducatifs, culturels, politiques, etc. Plus précisément, on saisira d'abord comme un grand ensemble indistinct ce qui marque la présence visuelle de l'écran dans notre société contemporaine : écrans, images de l'écran dans l'espace public.



## Chapitre 2. Représentations de la culture écrite : une approche en images

---

Le détour par le XIX<sup>ème</sup> siècle où s'inventa une pratique de l'inscription résolument nouvelle et abondante, à la fois dans les formes, les formats et les modes de circulation, est nécessaire pour réinscrire la question de l'écran dans celle, plus large, de la lecture. La « scène de lecture » en tant que genre et motif iconographique constitue une entrée tout à fait pertinente pour analyser ce qui fait la spécificité de ces représentations de représentations : la mise en abyme et l'emboîtement. L'écran est ainsi abordé dans cet essai à partir de ses images, de ce qui en est visible comme de ce qu'il rend visible dans l'espace public, ce qui implique comme nous l'avons supposé, des jeux intermédiatiques. Pierre Fresnault-Deruelle a analysé à propos des publicités pour le cinéma de quelles manières les parts animées et sonores de la projection cinématographique étaient fixées et faisaient l'objet de remédiations par leur représentation sur des affiches imprimées (Fresnault-Deruelle, 2007). Dans cet essai, la question est posée plus largement à la culture écrite et ses représentations.

### 1. Publicité, représentations et transformations de la culture écrite

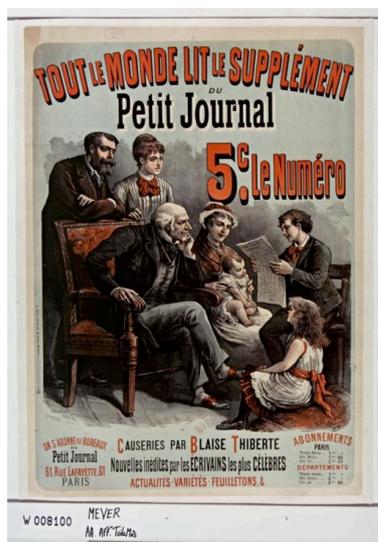
Le XIX<sup>ème</sup> siècle voit l'expansion démesurée des représentations publiques de la culture écrite qu'il s'agisse de la presse, des romans populaires, et plus largement de la publicité elle-même par l'invention graphique de l'affiche, de l'homme-sandwich, de la réclame, etc. Depuis le motif pictural de la « scène de lecture », on assiste à un déferlement d' « images sans qualités », c'est-à-dire liées à des stratégies commerciales et promotionnelles. « Dans l'espace éditorial, en particulier dans les livres pratiques et les journaux, [ces images] acquièrent une efficacité propre. Elles produisent aussi des pratiques. Elles sont elles-mêmes des pratiques », disent Cécile Dauphin et Danièle Pouban au sujet de la culture épistolaire de cette époque. (Dauphin, Pouban, 2008, p. 115). Représenter visuellement la culture écrite, c'est figurer un public ou un lectorat, des gestes, des textes, des objets, des lieux. Egalement, ces images, par leur prolifération et leur présence dans l'espace urbain et quotidien,

participent à redéfinir les termes du rapport à l'écrit : jetable, prêtable, échangeable, consommable.

### *a. La présence de l'écrit dans l'espace urbain*

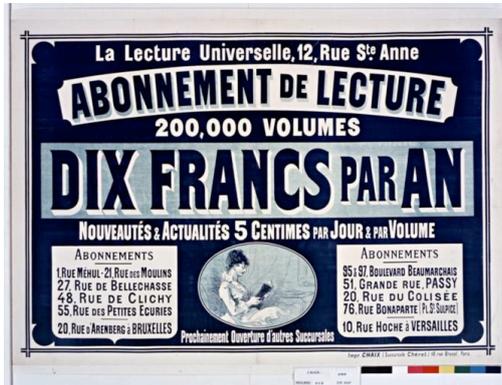
Ainsi, l'histoire du livre et de l'imprimé subit un virage majeur durant tout le XIX<sup>ème</sup> siècle ; la standardisation et l'industrialisation des modes de reproduction et de diffusion conduit à une accélération des procédés techniques et à une augmentation massive du volume d'imprimés. Ce phénomène est connu, de même que la dynamique d'alphabetisation dans la seconde moitié du siècle qui accompagne et provoque cette prolifération. L'affiche reproduite ci-dessous illustre bien cette généralisation de la thématique de la lecture et de sa promotion (Illustration 9) : l'énoncé « Tout le monde lit » est redoublé par le motif de la lecture familiale, comprenant toutes les générations, rassemblées et réunies autour du jeune lecteur. Cette famille bourgeoise modèle est particulièrement concentrée et sans autre activité que celle de l'écoute. La lectrice solitaire représentée dans cette seconde affiche est représentative d'un autre motif, celui de la lecture comme activité individuelle et régulière, mais également privée (Illustration 10).

L'abonnement est présenté comme le moyen économique d'accéder à une offre large et pléthorique.

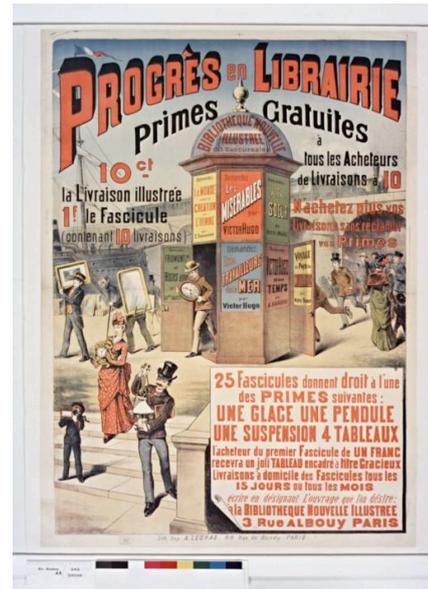


Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Illustration 9. Henri Meyer, *Tout le monde lit le Supplément du petit Journal, 5c. le numéro...* : 1887, affiche, BNF.



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Illustration 10 (à gche). Jules Chéret, La Lecture universelle. 12, rue Sainte-Anne, Abonnement de lecture, 200.000 volumes..., affiche, 1882, BNF.

Illustration 11 (à dte). *Progrès en librairie. Primes gratuites à tous les acheteurs de livraisons*<sup>23</sup>, Affiche, non identifié, 1886, BNF.

Dans l'espace urbain, la présence de l'imprimé est extrêmement forte et évolue rapidement, façonnant un décor pour les contemporains chargé en signes, textes et images, qui relèvent aussi de ce que Balzac nomme le « grand poème de l'étalage » dans *le Diable de Paris* en 1845. L'affiche ci-dessus vante des cadeaux promotionnels faits pour les achats de fascicules (Illustration 11) : le lecteur est d'abord un urbain qui répond aux sollicitations de la réclame vue sur les parois du kiosque « Demandez... ». L'illustration enchâsse deux niveaux de publicité, celui du système d'abonnement (les livraisons) et celui des titres vendus au fascicule. Le lecteur est un urbain, sensible au « plaisir distrait » des murs de la ville (Christin, 2009a) et l'écrit est pris dans un dispositif marchand qui marque clairement son intégration à la consommation de masse avec d'autres objets du quotidien (la pendule, la glace, etc.).

Philippe Hamon décrit cette inflation des images (au sens de représentations analogiques) à la fois propre aux textes eux-mêmes (les objets plurisémiotiques que sont la carte postale, l'affiche, etc.) et manifestée sur les murs où se mêlent le commercial, le politique et le pornographique en « juxtapositions disparates », créant une « nouvelle promiscuité, une intertextualité dans des mêmes sites d'objets complètement hétéroclites » (Hamon, 2007).

<sup>23</sup> N'achetez plus vos livraisons sans réclamer vos primes : 25 fascicules donnent droit à l'une des primes suivantes : une glace, une pendule, une suspension [...] écrire en désignant l'ouvrage que l'on désire : à la Bibliothèque Nouvelle illustrée 3 rue Albouy Paris.

Les fameuses « Murailles révolutionnaires » sont un exemple politique de l'écrit monumental propre à la période. La ville est depuis longtemps un espace d'inscription et un espace à écrire (Béroujon, 2009), une « ville aux murs parlants » (Farge, 2000, p. 53) et cette dimension prend une forme extrême au XIX<sup>ème</sup>. La ville peut être également le lieu d'une patrimonialisation de la lecture elle-même : ainsi le Festival Gutenberg organisé en 1840 à Strasbourg, où une statue de l'inventeur est érigée, cristallise une véritable idéologie de la révolution de l'imprimé (Lyons, 2008).

Dans cette perspective, l'espace public devient le lieu où s'exerce une mise en scène des textes (selon un enjeu de *publicité*) mais également de la culture écrite (lecture/écriture) : c'est par exemple la statue symbole de l'invention de l'imprimerie, ou plus largement, les motifs de la scène de lecture et les représentations de l'imprimé dans les réclames pour la presse et la librairie.

Philippe Hamon a montré les interrelations entre la rue et le roman naturaliste qui se charge de cette inflation :

« si vous ouvrez un roman de Flaubert au hasard, vous trouverez en une seule page une douzaine de références à des images : si c'est une scène de rue, il y aura des affiches, des enseignes, des statues, des vitrines à voir, des objets exposés ; si c'est une scène de boudoir, des tableaux accrochés au mur, des images dans le tapis et des broderies sur les fauteuils (...). » (Hamon, 2008, p. 222).

La juxtaposition, la fragmentation, le caractère composite et plurisémiotique de ces images deviennent, selon Hamon, des motifs qui innervent la création littéraire et provoquent les formes, comme la métaphore, la métonymie, c'est-à-dire définissent un nouvel imaginaire : des « systèmes d'images ». Une seconde conséquence porte plus spécifiquement sur la relation sémiotique avec le « texte » : entre plan et profondeur, initiant une nouvelle esthétique.

### ***b. La « planitude » de la surface : image et écrit***

Suivons encore Philippe Hamon qui insiste sur la nature sémiotique plane et bidimensionnelle de l'image, et l'esthétique qui s'en dégage. Il la définit comme :

« une esthétique de la surface et de la planitude, desinféodée du « sujet » (...) : une esthétique de la platitude, ou une esthétique du « négatif » peut-elle s'élaborer, contre

les plus traditionnelles esthétiques littéraires de la profondeur du texte ? Comment « entrer dans une platitude » ? » (Hamon, 2007, p. 38).

Cette platitude est formée par deux principes : d'une part, l'image en deux dimensions est bien, au sens strict *plate*. Mais également, sa nature *analogique* (en « négatif ») lui attribue une qualité d'évidence, notamment par la ressemblance. Souvent, la critique faite à la culture visuelle procède de cette définition, qui déplace l'effort interprétatif (la profondeur du texte) vers les activités de « vision » et de contemplation. On voit un espace occupé par des signes *évidents*, plutôt qu'on ne lit.



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Illustration 12 (à gche). Louis-Charles Bombled, *Journal des voyages... Lisez Le Prince Virgule, grand roman d'aventures par Paul d'Ivoi*, affiche, 1900, BNF.

Illustration 13 (à dte). *La lanterne littéraire illustrée paraissant 2 fois par semaine*, affiche, non identifié, 1890, BNF.

La presse, par exemple, engage des modifications qui concernent aussi bien l'écriture (formes fragmentées, feuilletons, brèves, illustrations etc.), que la mise en scène des textes et images par la maquette, que la déstructuration de l'objet livre, constitué par des feuillets. Séduire l'œil (Gervais, 2007), passe par une mise en espace et en cadres qui donne à voir autant qu'à lire son *mode d'occupation de la surface*. En cela, les affiches publicitaires pour la presse mettent souvent en scène le journal et sa maquette, montrant ainsi la place de l'illustration comme dans l'exemple du « Journal des Voyages » au début du XXème (Illustration 12) ou de la diversité des formes : la bande dessinée, le texte écrit et l'image pour « La Lanterne littéraire » (Illustration 13).

Ainsi, c'est une véritable déstabilisation des formes du texte qui est engendrée par les nouveaux supports de l'écrit comme la presse, mais aussi un bouleversement de la gestualité de la lecture qui relève aussi bien de la manipulation de l'imprimé dans l'espace physique (ce qu'induit le feuilletage) que de la lecture de l'œil zigzagant sur la page. La « geste de l'œil », est alors caractérisée par le balayage (De Certeau, 1990, p. 253). « Comment rivaliser avec la vitesse, (...) qui affecte désormais aussi bien la production des images (...) que leur reproduction (par des machines) et que leur réception (par un lecteur « pressé » qui désormais « feuillette » au lieu de lire) ? » (Hamon, 2007, p. 39).

L'« esthétique de la surface » conditionne bien d'une nouvelle phénoménologie qui est caractérisée de manière composite par le format, le support, la pluralité des genres de texte, la gestualité qui accompagne la lecture. Cette « esthétique de la déconstruction » revalorise des concepts jusqu'alors peu reconnus, comme la brièveté, le disparate, l'incongru, reposant sur des figures littéraires et des ordres de lecture apparemment dépourvus de sens et associés à la vitesse et au périssable (feuilleton, fragment, métonymie...) (Hamon, 2007, p. 362).

L'interprétation s'effectue dans le montage (juxtaposition), au niveau plan (préfigurant aussi le cinéma.

Ce détour historique permet de considérer une mutation majeure de la culture écrite. Si la masse de textes produits et diffusés pendant ce siècle a vu une augmentation phénoménale<sup>24</sup>, la place occupée par l'image (produite et diffusée) transforme radicalement le rapport à l'inscription : image iconique, mais également image du texte. La découverte des hiéroglyphes égyptiens, l'invention de la presse, de la typographie ou la rupture introduite par Edouard Manet dans la conception de la peinture en Occident convergent pour redéfinir le statut de la surface : « la poésie plastique semblait naître de la surface même de la toile : de son écran. » (Christin, 2009a, p. 10)<sup>25</sup>.

L'affiche de librairie est un des lieux de ce méta-discours sur la surface et de la « dénaturation de la lettre » (Ibid., p. 291) puisque les affichistes vont provoquer des effets visuels par des jeux typographiques et graphiques : *manipuler* l'écriture remplace bientôt la figuration d'un personnage. Le dessinateur de l'affiche choisit d'engloutir le titre du livre dans l'image et par là même « dénature le texte en le dévorant » (Ibid., p. 294). Par l'exemple de l'affiche de

---

<sup>24</sup> Lyons, Martyn, « Les nouveaux lecteurs du XIXème siècle : femmes, enfants, ouvriers », In, *Cavallo, G. et Chartier R., Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris, Seuil, 2001 p. 393-430.

<sup>25</sup> En référence à Fromentin : une littérature nouvelle uniquement vouée à *dire l'espace*.

Bonnard pour « la Revue blanche » en 1894, Anne-Marie Christin montre que l'écriture n'est plus servante exclusive du livre et du discours (Ibid., p. 298).

« l'image était devenue signe – et par là même évasion – en s'accomplissant dans une autre : elle avait suscité une forme de bonheur inédit, celui d'une lecture à la fois muette et pleine, immédiate et structurée. Elle révélait hors de toute parole et de tout désir de possession. Ce qu'elle révélait bien sûr, c'était notre société d'argent (...) et la naïveté des rêveurs. Mais c'était aussi une écriture, celle qui était née autrefois de l'architecture de ses présages et de l'observation des devins. » (Ibid., p. 317)

Qualifier la réception est dans ce contexte particulièrement délicat : parle-t-on d'un lecteur, d'un spectateur, d'un flâneur ? A propos des écrans, Thierry Lancien rassemble les différentes désignations en une énumération particulièrement révélatrice des disparités de qualification de l'activité de réception :

« On peut passer du spectateur, au téléspectateur puis à « l'acteur appareillé » chez Jean-Claude Soulages, trouver chez Marie-Julie Catoir et Thierry Lancien la proposition d'adopter le terme de « regardeur » qui ne sera spécifié que par rapport aux dispositifs avec lesquels ce dernier est en relation, rencontrer « interacteur » chez Etienne Amato et Etienne Pereny, Serge Bouchardon, Christine Breandon et Franck Renucci ou encore « usager actif » chez Michael Bourgatte. « Lectacteur » est proposé par Alexandra Saemmer, « lecteur agissant » par Daina Dula et « smartphonaute » par Virginie Sonet. » (Lancien, 2012, p. 9).

Depuis les néologismes (« lectacteur », « smartphonaute »), jusqu'aux mots composés (« acteur appareillé »), les différences terminologiques sont symptomatiques de la difficulté à qualifier le lecteur/spectateur de l'écran. Nous préférons *lecteur*, pris dans un sens sémiotique et désignant plus largement l'activité interprétative.

### ***c. Le motif de la « scène de lecture » et le statut de la représentation iconographique***

Dans ces affiches de la réclame, le motif de la lecture est fréquemment représenté à la fois pour figurer le public cible et des usages du texte (lecture de voyage, lecture de vulgarisation scientifique, etc.). Il fait également écho avec la tradition picturale de la « scène de lecture » qui prend un essor particulier au XVIIIème, et pour laquelle les représentations de l'acte de lecture vont se concentrer principalement sur la lecture silencieuse et populaire, féminine et souvent solitaire.

A propos du roman, Joëlle Gleize a montré comment la « scène de lecture » s'affirme comme une unité narrative, (une pause dans le récit) qui est à considérer comme un véritable « lieu de problématisation » (Gleize, 1992, p. 56). En effet, le romancier parlant du livre et de l'acte de lecture le fait toujours en regard de son roman et de la lecture qui est en train de se faire, la scène servant alors de « double miroir » pour le lecteur. Avertissement au XIXème, ce miroir prend une forme différente au début du XXème siècle : celle d'une plongée dans l' « acte de lire », en tant qu'expérience esthétique. Mais si Joëlle Gleize souhaite analyser le livre comme « objet-signe » et la lecture comme pratique « miroir » dans le roman, elle en interroge pourtant peu la matérialité signifiante, à la différence de Philippe Hamon ou de Jacques Roudaut (Roudaut, 1996).

En regard du roman, les iconographies de la « scène de lecture » ont fait l'objet de plusieurs études, plus ou moins importantes, émanant de champs disciplinaires différents : littérature (Nies, 1995), histoire de l'art (Garrett, 2006), sociologie (Poulain, 2000)) ainsi que d'ouvrages de vulgarisation portant sur le genre (la lectrice)<sup>26</sup>.

Trois postures sont repérables dans cet ensemble.

La première consiste à retracer une histoire de l'activité de lecture (motifs, types) et de sa portée sociale au travers des images. C'est le cas de la très considérable exploration de Fritz Nies (il réunit quatre mille images, dans un millénaire) ou de l'ouvrage *Les femmes qui lisent sont dangereuses* qui parcourt un corpus iconographique singulier, celui des lectures féminines, en montrant au cours des siècles l'évolution et les transformations de celles-ci en lien avec les changements du statut social et politique des femmes.

La deuxième posture articule la question du statut de la représentation avec une analyse des transformations des figurations du lecteur comme discours sur la lecture (Poulain, 2000). Martine Poulain interroge ainsi différents supports d'expression dans leur matérialité et leur circulation sociale : la photographie, l'affiche, la peinture sont analysées en « mises en scènes de la lecture ».

La troisième propose une histoire de l'activité interprétative à partir des représentations de l'activité de lecture dans l'art, et plus largement les représentations du texte (Garrett, 2006). La problématique du regard subjectivé est transversale à l'analyse, qui pose en filigrane les questions suivantes : comment le texte est-il

---

<sup>26</sup> Adler Laure, Bollmann Stefan *Les femmes qui lisent sont dangereuses*, Paris, Flammarion, 2006. Augmenté en 2011 par *Les femmes qui lisent sont de plus en plus dangereuses*, Flammarion.

représenté et pourquoi ? Y a-t-il un lecteur ? Comment le regard du spectateur du tableau est-il guidé ?

A travers ces trois postures, on perçoit comment les regards disciplinaires et les cadres d'analyse conditionnent les corpus iconographiques et ce qu'il est possible de dire des images. Les deux premières posent peu la question de la réception et de la circulation des images dans un sens sémiotique, pour s'attacher à repérer les transformations de l'activité de lecture (ce que Fritz Nies nomme « réception littéraire ») et ses médiations par l'image, produite selon des contraintes et des codes variés (Poulain, 2000).

Néanmoins, la troisième posture, celle de l'historien d'art Stewart Garrett, nous semble offrir un espace analytique plus fertile, par le fait que l'auteur cherche à saisir ensemble le texte, la surface et son image. Moins centrée sur les « figures » des lecteurs, l'analyse évite une traduction sociologique des représentations, en se centrant sur la représentation elle-même. Celle-ci s'effectue en tension entre le texte dans le tableau *et* le tableau comme texte. Dans cette perspective, la « scène de lecture » (au sens large) relève là du « double miroir ». Ainsi, le parcours d'œuvres proposé par Stewart Garrett répond principalement à la question de la *représentation* et il se distribue en trois axes :

- le texte devient image : il subit une extraction et devient un fragment sur une surface ;
- le cadre du texte est emboîté dans un autre cadre et donc toujours mis en abyme ;
- comme chez Louis Marin, le regard est dans le tableau (ou plus largement dans l'image).

Jacques Roudaut va plus loin en posant la transformation du livre (comme objet) et du texte en une forme peinte comme la radicalisation de propriétés propres au livre (c'est-à-dire être un objet à *voir*).

« Le tableau semble le miroir d'un livre ; et le livre, où les dispositions typographiques élémentaires (...) ou les pages plus élaborées, quand plusieurs textes s'entrelacent, se précipitent du sommet de la page au plus profond d'un naufrage, est présenté au regard comme un tableau. Une similitude existe entre lire et contempler : la peinture propose un trajet, impose des mises en rapport, des déchiffrements ; le livre est une amplification de la lettre, qui est dessin. » (Roudaut, 1996, p.11)

Pour illustration, considérons l'affiche ci-dessous (Illustration 14) : elle ne constitue pas à proprement parler une « scène de lecture » puisqu'aucun lecteur n'y est figuré. Pourtant,

l'affichiste utilise des thématiques du récit narratif pour constituer un groupe féminin dont l'activité est bien de *regarder*, de diverses manières. Que désignent ces femmes ? Un double hors-champ : celui du récit narratif, la *Pauvre Femme !* ou la *Jumelle Marine* ; celui du passant, car elles attirent son attention sur la gratuité mais aussi sur les premières pages du roman reproduites dans la partie inférieure de l'affiche. Car il faut bien des jumelles ou un regard aiguisé au passant pour *lire* cet extrait du fascicule, en petits caractères, un fac-similé qui *montre* (l'annonce de l'illustration de Balluriau) autant qu'il permet d'accéder au récit.



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Illustration 14. Paul Balluriau, *Pauvre Femme ! roman inédit par Gaston Rayssac, ill. par Balluriau, affiche, 1895, BNF.*

Se déploient de manière diffractée dans cette affiche les trois niveaux de la *représentation* décrits : le regard du lecteur, qui est également un regard de spectateur ; le texte-image, ici lisible et artefactuel ; le cadre de l'affiche dont la dimension opératoire est de prévoir le déplacement dans l'espace du passant (proche/éloigné).

## 2. Disséminations de l'écran : esthétique de la nouveauté

L'image, l'écran : si le XIX<sup>ème</sup> marque une rupture dans le rapport à la surface de l'inscription, et par là, déplace l'équilibre entre texte linguistique et image (mises en abyme, texte-image, etc.), on peut considérer que l'écran (de l'écran cinématographique et de télévision à l'écran d'ordinateur) constitue une seconde mutation, en faisant du texte une image-mouvement. Les cartons et sous-titres au cinéma, les génériques, titrages et bandeaux textuels à la télévision sont autant d'intégrations de différentes sémiotiques dans le même cadre, mais aussi dans le même mouvement, faisant de ces textes « vibrants » et dynamiques des documents composites. Le carton est filmé et « tremblote » comme les autres images dans les films du cinéma muet. Le générique au cinéma est fondé sur un type de contenu codé et une animation elle aussi normée (liée au défilement du texte et sa vitesse)<sup>27</sup>. Le texte sur l'écran du minitel se recompose par pixels, et comme on l'a vu dans le premier chapitre, l'écran pose de manière générale à l'inscription les questions de variation d'échelle et de matière. Quelles valeurs symboliques et culturelles sont accordées à ces formes encadrées par les bords d'écrans, dans leur stabilité et leurs entraves, leurs ratés et leurs vibrations ?

Les représentations visuelles de l'écran (de l'inscription sur la surface de l'écran) sur lesquelles nous nous concentrerons constituent une focalisation radicale, qui laisse sur les bords d'autres présences de l'écran, dans la littérature par exemple<sup>28</sup>. Pourtant, les hypothèses dégagées par les analyses des iconographies de la lecture de l'imprimé apparaissent extrêmement fertiles, notamment parce qu'elles témoignent des valeurs symboliques accordées à ces imprimés (texte et objet) dans une époque et une société donnée plutôt que des pratiques de lecture : ce motif iconographique rend compte de décisions liées à la *monstration du texte et du support* (lisible ou pas, forme sur la surface, objet fermé etc.). La nature même des représentations de l'écran (publicitaire, fictionnelle, journalistique, urbaine) ouvre un champ vaste à défricher : celui des définitions de ces ensembles iconographiques, de

---

<sup>27</sup> Le générique, combinaison de signes linguistiques et iconiques, peut ainsi faire l'objet de détournements et en jouant sur les effets de surprise et de rupture entre la diégèse, et l'information méta-diégétique, comme les making-off. (Voir « Monty Python, La vie de Brian », 1979 qui met tout particulièrement en scène la pesanteur du texte fait de pierre, ou Sacré Graal, 1975, dont le générique est à tiroirs, un texte en commentant la réalisation.)

<sup>28</sup> Voir par exemple le recueil de nouvelles : Jeff Martin, C. Max Magee (dir.) (2011), *The late American novel : writers on the future of books*, Berkeley (Calif.), Soft skull press.

leurs perméabilités à la fois synchroniques et historiques. Le motif de l'écran défini dans ce cadre méthodologique est pris dans un triple questionnement : celui de la forme, circulante et emboîtée ; celui du regard ; celui de la représentation, et, par là, de l'archive visuelle constituée.

### ***a. La résurgence des images de la lecture : l'écran, le livre***

Dans une nouvelle publiée en 2001, Jean-Pierre Balpe met en scène l'acculturation d'une femme âgée à la lecture sur papier électronique avec une « machine à lecture »<sup>29</sup>. Le personnage d'Evita fait réaliser des feuilles électroniques sur mesure et transforme les murs de sa chambre en écran, s'immergeant dans un intertexte objectivé et sans limite.

Si Evita voit d'abord les avantages ergonomiques de sa machine de lecture, elle est ensuite confrontée à une transformation de sa pratique de lecture similaire à une révélation : Jean-Pierre Balpe décrit une expérience esthétique et sensorielle (être environné de textes, sans les toucher), qui s'apparente à une métaphore de la lecture intérieure, et qui accorde une valeur sensible mais également culturelle au support. Loin d'être le simple véhicule du texte, la feuille électronique est là dotée du pouvoir de modifier profondément notre culture de l'écrit, notamment par l'interpénétration des textes. Dans cette scène de lecture, le lecteur est aussi bien figuré comme un spectateur qu'un interprète. Surtout, la nouvelle décrit une cinétique du texte projeté qui est assimilée à la lecture même.

Depuis une quinzaine d'années, l'écran a été associé à la lecture (dans le sens commun de lecture d'un texte linguistique) de manière de plus en plus marquée. L'arrivée de machines dédiées à la lecture, comme les tablettes numériques et les liseuses (*reader*) électronique mais également de technologies logicielles, comme Adobe Reader, redéfinit assez nettement le périmètre des technologies de l'écran pour les étendre à des formes culturelles plus légitimées socialement, comme le livre :

« Dans leurs formes visuelles (objets, couleurs, personnages), les logotypes portent les marques métaphoriques des cultures de l'écrit associées au livre imprimé et aux outils informatiques apparus récemment. Ces métaphores illustrent l'attachement au livre imprimé comme outil cognitif de lecture. Ils sont aussi le signe de la recherche d'une légitimité culturelle. » (Juanals, 2005, p. 91).

---

<sup>29</sup> Jean-Pierre Balpe, « Les Chambres », In *Autrement – Livres de chevet*, 2001, p. 37-47.

Les « machines à lire » que sont les liseuses, les tablettes mais également les logiciels de lecture pour d'autres écrans, se pensent et sont pensées en relation avec le livre et non le spectaculaire (cinéma/théâtre, TV), à la fois du point de vue des mises en texte (comme la sémiotisation de la page qui se tourne dans les contenus) mais également du point de vue des mises en discours, particulièrement actives dans le secteur publicitaire.

Affinons : les représentations visuelles de l'écran si elles sont de manière prédominante portées par les enjeux économiques des industriels de la technologie, sont parallèlement engendrées par la question plus large de la nouveauté, et de la rupture culturelle. Le domaine médiatique se fait le relais de ces débats (dossiers thématiques, enquêtes, etc.), ainsi que les institutions publiques (organisation de forums professionnels, colloques, etc.) et la société civile (vidéos amateurs, photographies, pastiches, et blogs, etc.). La rencontre entre les technologies numériques et les formes traditionnelles de l'écrit (l'imprimé au sens large : livre, magazine etc.) a conduit à une production prolifique et régulière de représentations de la lecture à l'écran<sup>30</sup>. « Les hommes ne sont plus lecteurs, sauf quand ils découvrent de nouveaux supports, le journal par exemple. Comme si, lorsque la lecture était acquise, elle n'avait plus besoin d'être représentée. » (Poulain, 2000, p. 530).

On peut rassembler grossièrement ici les iconographies qui en découlent en trois séries qui renvoient à des espaces de réception : publicitaire ; journalistique ; fictionnelle/artistique (cinéma, art plastique, photographie). Pourtant, on verra que bien d'autres images se glissent entre ces genres, comme les photographies et vidéos amateurs, les « démos », des fiches professionnelles, etc.

Il s'avère nécessaire, à ce stade de notre cheminement, d'effectuer une pause : on s'attardera, alors, sur un exemple qui nous conduit à dégager trois figures de la rhétorique des représentations visuelles de l'écran. Bien loin d'être des conclusions, elles initient la réflexion sur la production de connaissances en sciences humaines et sociales à partir de sources visuelles.

### ***b. Trois figures de la rhétorique des images de l'écran : artefact, détail, documentaire***

Soit une image. Il s'agit d'une photographie, prise par nous en 2010 dans un couloir du métro parisien (Illustration 15). Elle montre un espace d'affichage qui se présente comme un

---

<sup>30</sup> Les modalités de circulation des contenus numériques participe grandement à cette « dynamique » de production d'images.

diptyque, et c'est d'ailleurs ainsi qu'il est utilisé par l'annonceur Apple pour sa tablette numérique iPad. Les corps de deux individus semblent adossés l'un à l'autre et bien que la figuration des corps soit très fragmentaire, on sait malgré tout qu'il s'agit d'un homme et d'une femme à l'aide des signes vestimentaires. L'écran de la tablette occupe le centre de l'image et le dispositif d'affichage conduit à associer deux textes : le premier concerne l'industrie médiatique Arte (il s'agit là d'un logiciel de visionnage de vidéos diffusées par la chaîne), l'autre la librairie virtuelle de la marque Apple, fac-similé d'une bibliothèque (iBookstore).



Illustration 15. Métro Chatelet, Photographie, J.Bonaccorsi. 2010.

### *L'artefact et le désir de la page*

Le support qu'est l'affiche transforme le texte à l'écran (réactif et dynamique) en fac-similé rectangulaire par un arrêt sur image. La sélection pour « inscription » dans la production de l'affiche opère une métamorphose vers l'imprimé.

Dans cet exemple, on voit de quelle manière le discours publicitaire tient emboîtés deux produits, le texte et le support tablette en tant que « machinerie éditoriale ». L'image fixe de l'affiche fige un texte sans volume qui devient une autre image fixe dans l'image, comme un tableau. L'écran est tenu à la verticale, répétant ainsi la forme traditionnelle de la page, rectangulaire, comme pour répondre au désir que la tablette ressemble au livre. En tant qu'image fixe, l'affiche semble réconcilier le texte et son support, puisque, contrairement aux usages qui comportent une part majeure d'ajustements pour l'affichage du texte, le texte est dans l'image publicitaire toujours en adéquation avec le cadre de la tablette, *coïncidant*. La publicité produit ainsi l'illusion d'une adéquation entre le document et son support

d'affichage. Pierre Fresnault-Deruelle a montré à propos d'une affiche (1906) pour une machine de projection Pathé prétendant annuler le scintillement de l'image filmique à l'écran : « Comme l'écran est représenté par l'affiche qui, elle, est stable par définition, le tour est joué. » (Fresnault-Deruelle, 2007, p. 65)

### *Le détail*

Le lien entre les cadres (de la couverture, des bords de l'écran) est réalisé dans l'affiche par le signe du contact entre le lecteur et l'écran tactile qui active physiquement le texte, le manipule. Le détail de la main, véritable stéréotype de ces iconographies promotionnelles, fait signe vers « le *geste d'actualisation*, désormais essentiel, mais appartenant résolument au destinataire. » (Quinton, 2002, p. 12). La main représentée ne change pas, quel que soit le texte, comme s'il s'agissait de la main d'un mannequin<sup>31</sup>. La posture des doigts est identique : il faut laisser voir l'objet en montrant l'usage, à la manière des démonstrations du téléachat. Le texte est d'une absolue lisibilité dans les mains immenses de son lecteur contraint/comprimé par les bords du cadre d'affichage. Miniatures de livres, les couvertures des ouvrages sur les (faux) rayonnages de la Bibliothèque Apple sont proches des « *dettagli* » définis par Daniel Arasse. Comme des « programmes d'action » pour le spectateur, ils incitent à détailler c'est-à-dire à se rapprocher pour distinguer un élément dans l'ensemble (Arasse, 2009).

Plus encore, l'affiche entière, en raison de la dimension fragmentaire des figures, apparaît au passant/spectateur comme le « détail » isolé d'un « tableau » plus vaste : au détour d'un couloir de métro, la représentation publicitaire utilise une rhétorique du détail, celle qui conduit le lecteur/spectateur à la « surprise » ou la « récompense » (Ibid., p. 8).

### *La « texture »*

On reprendra la distinction faite par Anne Beyaert-Geslin à propos de la dimension matérielle des signes plastiques. Il s'agit ainsi de

« distinguer la texture, propriété de la surface résultant de la coopération des trois instances (support, matière et manière, (...)), et la matière elle-même, instance autonome animée d'un principe actantiel se manifestant au plan de l'expression par cette propriété de surface. » (Beyaert-Geslin, 2008, p. 101).

---

<sup>31</sup> Ce qui est contradictoire avec certaines observations réalisées sur les postures corporelles du lecteur à l'écran : « chaque sujet ponctue sa lecture d'attitudes corporelles, d'expressions faciales qui ont un rapport étroit avec ce qui se produit sur l'écran mais dépendent aussi de la manière dont est engagée la relation avec la machine. » (Jeanneret et al., 2003, p. 103).

Que dire de la « texture » dans ces représentations ? On peut observer que, dans ces affiches ce sont surtout d'autres « textures » qui sont manipulées : texture de l'image filmique, de sa matière comme de ses cadres (ce que Michel Butor nomme « texture optique ») et de son contenu (texture de sens).

Saisie isolément, cette image photographique donne lieu au repérage de trois enjeux de la représentation : celui de mettre en signes plastiques, ici par l'imprimé de l'affiche, accompagner le regard du spectateur dans un jeu d'échelle entre la monumentalité et le détail, modifier le statut du texte d'image animée à fixe, de couverture de livre à affiche. « Aux yeux, la peinture d'une bibliothèque apparaît d'abord comme un rythme coloré » (Roudaut, 1996, p. 129).

### ***c. Ouverture***

Trois autres images permettront de développer ces éléments et de les faire jouer entre eux. Les images qui suivent constituent, avec la première publicité analysée, des occurrences figuratives de la *culture d'écran*.

#### *La fétichisation vivante des imageries de la « lecture »*

Un ensemble thématique d'images est constitué sur la plate-forme d'images Flickr autour de la thématique de la lecture et est intitulé « People Reading » (Illustration 16). Plus de 1000 contributeurs y intègrent régulièrement des photographies de scènes de lecture : se mêlent des photographies de proches ou d'anonymes, des tableaux, des montages graphiques, etc. Parmi elles, image parmi les autres, apparaissent des lectures d'écran (ici sur une liseuse, deuxième ligne à droite). Ces collections amateurs de scènes de lecture produisent des représentations de la lecture d'écran marquées par l'intégration des pratiques et l'intermédiaticité<sup>32</sup>. C'est la *posture* des lecteurs qui tient lieu de fil conducteur.

---

<sup>32</sup> Voir aussi le blog : <http://peoplereading.blogspot.fr/>

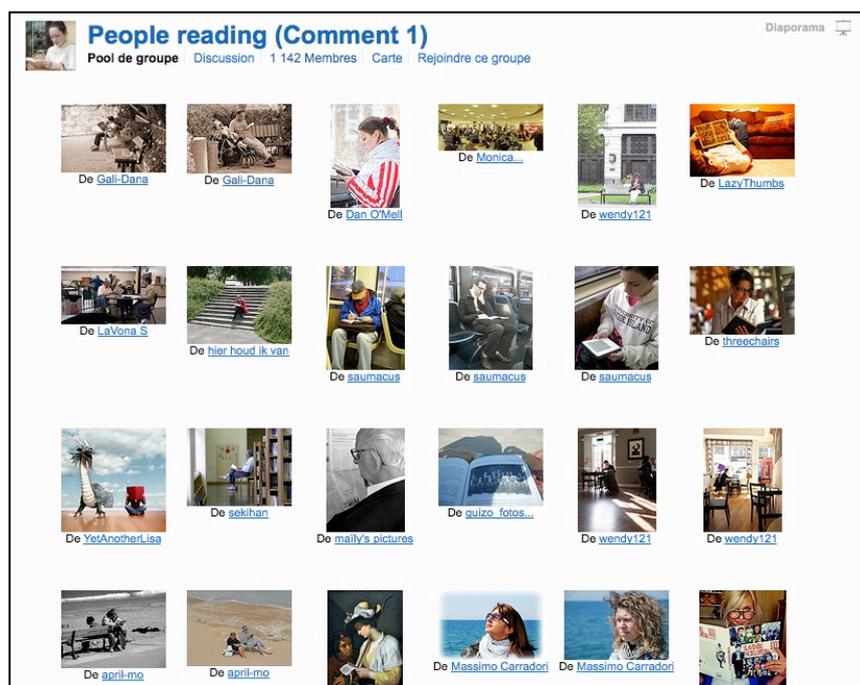


Illustration 16. Groupe People Reading, Flickr, <http://www.flickr.com/groups/reading/pool/?view=md>, consulté le 10 octobre 2010.

### *L'écran dans l'écran dans l'écran : cadres et regards*

Ce jeune garçon utilise l'écran comme un « conduit » pour effectuer une « démo » de la qualité de l'écran couleur de son Kindle ainsi que de l'accès à Internet que permet la liseuse. La vidéo effectue un renversement et le texte apparaît inversé, en miroir.

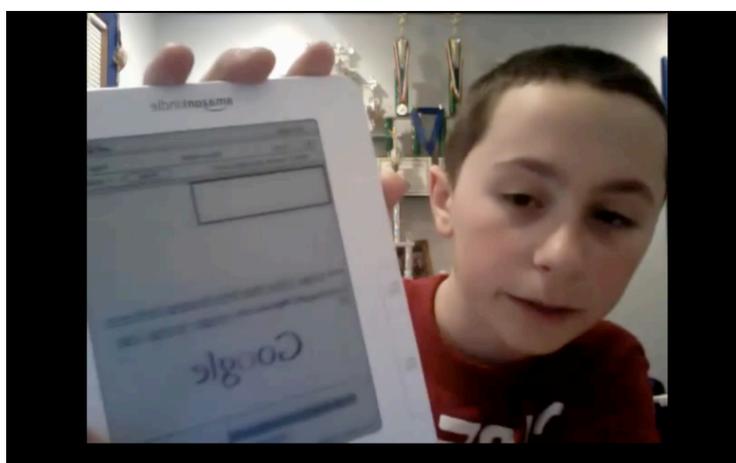


Illustration 17. Extrait d'une vidéo amateur, octobre 2010.

Le dispositif de représentation est particulièrement perceptible dans l'image prélevée par nous dans la vidéo : le regard est dirigé vers l'image témoin du logiciel d'enregistrement de la

vidéo, le garçon regarde le texte de l'écran du Kindle, tel qu'il apparaît dans cette image-témoin. Comme la webcam est située au dessus de l'écran de l'ordinateur du garçon, le regard est décentré.

### *Les « murailles »*

Dans cet autre couloir du métro parisien, à Saint-Germain-des-Prés, se côtoient un écran vidéo numérique qui sert de surface d'affichage publicitaire<sup>33</sup> (mais son format est plus petit que celui des espaces d'affichage classiques) et une mosaïque décorative (liée à l'animation de la station) d'un portrait de Gutenberg (mosaïque réalisée en 1983)

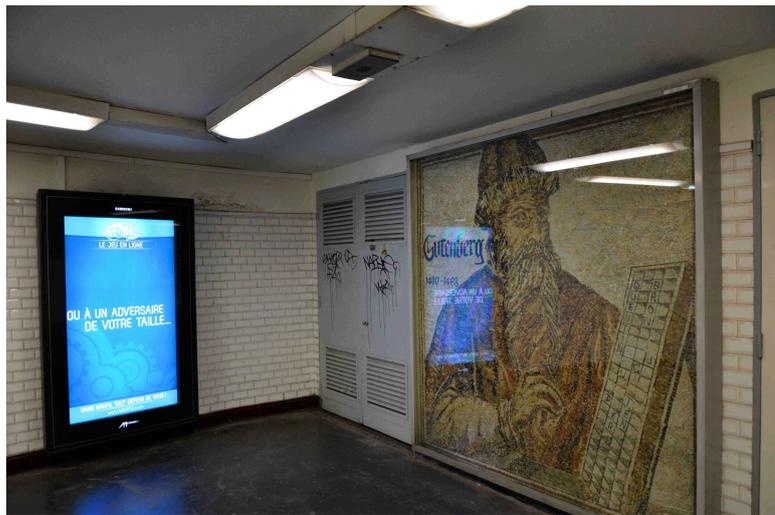


Illustration 18. Station Saint-Germain-Des-Prés, 27 mars 2012, photographie J. Bonaccorsi.

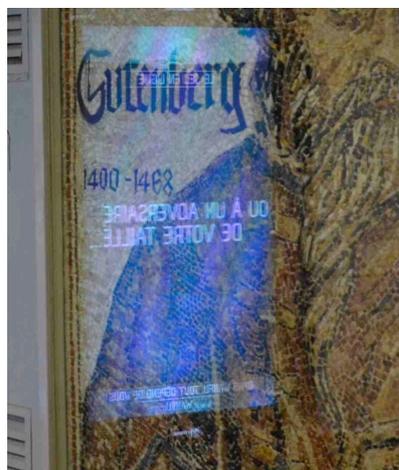


Illustration 19. Détail.

---

<sup>33</sup> Ecrans Samsung, société Métrobus, lancé en mai 2010 pour la RATP.

Dans l'espace physique de la station, le passant est témoin par le jeu des reflets d'une coïncidence visuelle amusante. La matière-lumière de l'écran projette un texte inversé<sup>34</sup> sur la vitre qui protège la mosaïque, que nous mettons en évidence par un recadrage de la photographie. S'entremêlent ainsi deux discours sur l'inscription au-delà de l'anecdote : le discours public (ici celui du patrimoine et de l'histoire) rencontre un discours privé<sup>35</sup> selon une dialectique qui est celle de la trace (la casse représentée, les signes plastiques de la mosaïque) et du temporaire (texte-mouvement, luminosité). Si Gutenberg dévoile le dispositif d'écriture (la casse), l'écran le masque, surface « magique »<sup>36</sup>.

Hétérogènes, ces quelques images choisies sont caractéristiques des formes variées de la représentation contemporaine de l'écran et de ses énonciateurs. Nous pouvons faire l'hypothèse que cette diversité énonciative est engendrée par l'innovation technologique et les révolutions culturelles promises. Cette dissémination des regards portés sur l'écran est caractéristique d'une certaine fascination pour les mutations médiatiques, et saisir pleinement l'hétérogénéité des images de l'écran nous apparaît tout à fait essentiel. Or, les exemples présentés soulèvent une question singulière, celle de leur production en tant que source scientifique. Certaines engagent le chercheur dans la pragmatique de leur réalisation (les photographies), d'autres sont constituées à partir d'autres sémiotiques (vidéo, capture d'écran), toutes sont à des degrés divers recadrées. Que dire des opérations que nous avons effectuées pour les « désigner » comme des exemples pertinents ? Quels statuts leur attribuer ? A quelles questions permettent-elles de répondre ? Il convient dès lors de situer le projet d'iconographie de l'écran dans une démarche communicationnelle, en regard d'autres disciplines de l'image.

Il est alors nécessaire de concentrer la réflexion sur la mobilisation de l'image comme matériau en Sciences de l'information et de la communication, en perspective d'autres disciplines. Est ainsi affirmée une dynamique de recherche qui assume résolument la source visuelle et une réflexivité continue sur la production des images en tant que sources pour la

---

<sup>34</sup> « Enfin un adversaire à votre taille... » Jeu en ligne, Wakfu.com.

<sup>35</sup> Un triple discours : celui de l'annonceur Wakfu.com, de la société d'affichage Métrobus mais aussi de la technologie Samsung.

<sup>36</sup> La part cachée ne concerne pas seulement la couche profonde du texte (le codage). Les premiers écrans Samsung installés par Métrobus auraient contenu des outils de comptage et d'observation des attitudes des passants. Laurence Girard, « Métrobus regagne le contrat d'affichage publicitaire dans le métro parisien », *Le Monde*, 25, nov. 2010, [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/25/metrobus-regagne-le-contrat-d-affichage-publicitaire-dans-le-metro-parisien\\_1444741\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/25/metrobus-regagne-le-contrat-d-affichage-publicitaire-dans-le-metro-parisien_1444741_3236.html), consulté le 20 mars 2012.

recherche. Comment voit-on les écrans ? Comment voit/interprète-on par les écrans (quel *regard* ?) ? Deux questions distinctes, mais qui se lient à l'endroit de l'image.

## Chapitre 3. Pratiquer les images en Sciences de l'Information et de la Communication

---

La production de connaissance sur et par l'image en sciences humaines et sociales, histoire de l'art et esthétique ainsi qu'en sémiologie est extrêmement riche, et l'image a été constituée en objet de la critique comme de la recherche depuis des décennies. La question que nous poserons ici est la suivante : que font les chercheurs en sciences humaines et sociales des images en tant qu'objets ? Que disent-ils des opérations matérielles de production d'archives visuelles pour leurs travaux, dans leurs travaux ?

L'enseignement de la sémiologie de l'image, classique dans les cursus de communication, exacerbe tout particulièrement cette question, puisque l'enseignant doit transmettre *ensemble* les notions suivantes : l'image produit du sens et fonctionne de manière autonomisée, le contexte de sa production et de sa circulation (de sa socialisation, qu'elle soit éditoriale, orale, etc.) lui donne statut et valeur. Cette deuxième dimension est au minimum évoquée pendant le cours, et, le plus souvent, l'étudiant est soumis à la double injonction de décrire le fonctionnement interne de l'image et en extraire les effets de sens, tout en dégagant cette analyse des effets contextuels de sa présentation (photocopie noir et blanc, projection Powerpoint de l'image en couleur etc.). La fameuse publicité Panzani connaît ainsi une postérité liée à l'analyse fondatrice de Roland Barthes<sup>37</sup>, et est relayée dans de multiples lieux d'enseignement : réduite ou agrandie, en couleur ou en noir et blanc, ou encore projetée sur le mur de briques d'une salle de cours<sup>38</sup>. Cette anecdote illustre parfaitement l'ambivalence constitutive qui occupe les pratiques de recherche sur l'image à la mesure des pratiques d'enseignement, entre l'image présente et l'image analysée (imaginée ?). Alors que les opérations analytiques portent notamment sur la matérialité de la substance d'expression (signes plastiques, formes, couleurs) ou du format, l'apprenti sémiologue comme le chercheur

---

<sup>37</sup> Karine Berthelot-Guiet souligne ainsi la place très singulière occupée par cette analyse dans l'enseignement : « Comment concevoir, aujourd'hui encore, une introduction à l'analyse sémiotique de visuels sans référer à cette analyse « inaugurale » ? Comment ne pas percevoir à quel point l'analyse inaugurale de la publicité Panzani, par Roland Barthes dans *Rhétorique de l'image* en 1964, a constitué l'image publicitaire en quasi-prototype de l'image tout court ? » (Berthelot-Guiet, 2004).

<sup>38</sup> Merci à Marie Després-Lonnet pour l'échange amical qui a donné lieu à ce texte.

produisent le commentaire hors des conditions propres de l'objet observé *in praesentia*, en projetant l'analyse sur une autre image, absente. Ce phénomène est tout à fait important bien qu'en apparence peu original : il se rapproche, pour les études littéraires ou linguistiques, des questions portant sur l'extrait, la citation, l'édition scolaire qui modifient forme du texte, typographie et contexte.

Si les disciplines comme la sémiologie ou la linguistique font avec ces contraintes formelles (du moins généralement), parce que leurs problématiques de recherche se constituent sur d'autres enjeux de production de connaissance, il est bien évident que la pratique de recherche en communication est constamment saisie par cette ambivalence. Il nous intéresse particulièrement de discuter les opérations singulières qui conduisent les chercheurs à extraire, réduire, constituer des ensembles d'images et ce qu'ils en disent. Nous ouvrons ainsi la discussion au champ plus large des sciences humaines et sociales à propos de ce qu'elles font avec l'image.

## 1. Images et sciences humaines et sociales : du corpus au « montage »

### ***a. Sociologie visuelle et héritage ethnographique : la prédominance de la photographie***

Un numéro du *Journal des anthropologues* était consacré en 2000 à la relation des sciences sociales avec l'image photographique, présentant notamment une bibliographie très complète et thématisée (la photographie occupant successivement les statuts d'archive, d'outil de recherche, de moteur intellectuel, d'enjeu culturel et politique) (Maresca, Jehel, 2000).

Il ressort de ce panorama deux questions clés : que dire de ces images ? (Que nous apprennent-elles ?) Que faire de ces images ? (Comment les documenter ?). D'un côté, faire et produire des images et donc les associer à la pratique de la recherche et statuer sur leur destinée, ce qui conduit à réfléchir le rapport qu'elles entretiennent avec les connaissances produites ; de l'autre, constituer des banques d'images et les organiser en collections/séries, c'est-à-dire, effectuer un geste documentaire qui a pour fonction, entre autres, de neutraliser le sens des images, en leur affectant plusieurs valeurs possibles. On perçoit à travers les articles du dossier combien l'image fixe pose problème, plus que l'image filmique qui lui est souvent préférée par les sociologues et anthropologues, parce qu'elle est déjà une narration.

Pourtant, ainsi que le souligne Douglas Harper, l'image trouve des places extrêmement variées dans la production de connaissances sociologiques (Harper, 2000) : elle peut

constituer un support pour la parole pendant un entretien, être mobilisée en séquences narratives. Plus encore, c'est l'image elle-même qui fait l'objet de recherches anthropologiques et sociologiques (Verdalle, Israël, 2002).

Emmanuel Garrigues dans son ouvrage consacré à *L'écriture photographique* décrit comment la production d'images photographiques par le chercheur sert le projet scientifique, notamment en raison de l'intérêt de « l'effet-miroir » de cette pratique (Garrigues, 2000, p. 6) qui produit un effet réflexif immédiat sur la collecte de données. Pour Garrigues, la production photographique répond au double enjeu de collecte (corpus photographiques situés dans le temps et l'espace) et de réflexivité (prendre les images, les faire lire). Le postulat théorique de l'ouvrage est déployé à propos de trois ensembles d'images : le premier est tiré d'un numéro entier de la revue *Ethnographie* en 1996 ; le second a été produit par le chercheur et ses étudiants dans une enquête longitudinale menée à la Goutte d'Or à Paris ; le troisième porte sur une collection de photographies et de cartes postales anciennes.

De manière transversale, le sociologue définit une sociologie visuelle et du regard comme relevant d'une rhétorique spécifique à la photographie (Ibid., p. 226). Or, le chercheur opère une double opération de légitimation : d'un côté, la légitimation du matériau photographique dans la pratique et l'écriture de la recherche, de l'autre, la légitimation de la photographie en tant que représentation dotée d'un statut naturel de témoignage. Ainsi, le rattachement d'Emmanuel Garrigues à un champ disciplinaire, la sociologie visuelle, fondée sur l'ethnographie, lui permet de donner *a minima* une valeur fixe à l'image photographique. Pour preuve, l'analyse qu'il tire d'un entretien mené avec Lévi-Strauss au sujet des images photographiques de *Tristes tropiques* le conduit à la conclusion suivante

« La photographie, comme l'ethnographie, a une valeur de témoignage. C'est cela le plus important, bien au-delà des fausses querelles (...) Espérons, pour finir, que les photos de Lévi-Strauss dépasseront enfin dans leur pouvoir de conviction, l'effet de ses écritures savantes, le but essentiel reste le respect et la sauvegarde de cultures qu'on ne cesse de détruire. » (Ibid., p. 132).

Préserver, sauvegarder, témoigner : le lien entre connaissance et image s'établit sur ce premier terrain qui est le fruit d'une tradition épistémologique. La sociologie visuelle, défendue par Howard Becker dès les années soixante-dix, s'institue principalement par rapport à l'image photographique, et si le projet souhaite penser à la fois l'usage de l'image pour la recherche et proposer un programme de travail sur la culture de l'image, c'est le premier axe qui perdure seul : l'étude du visuel sera alors plutôt traitée par les *cultural studies*

jusque dans les années quatre-vingt-dix, et principalement restreint à la photographie (Maresca, 1996, Bonnin, 1989). Dans l'ouvrage d'Emmanuel Garrigues, on peut observer que « l'écriture photographique » dont il est question omet de questionner la dimension plurisémiotique des médias analysés, notamment la carte postale ancienne.

Il apparaît que ces disciplines pensent l'image quasi exclusivement à travers le filtre de la photographie : ceci peut s'expliquer par l'histoire de la discipline, mais également par le lien avec le réel (l'empreinte) qui est associé à l'image photographique, et plus particulièrement, la place du regard comme moyen de connaissance (méthode d'observation). Ainsi, l'usage de l'image y est principalement photographique, gommant la part médiatique du document que sont les images (c'est-à-dire ce qui les constitue aussi comme des archives). C'est avant tout comme trace du réel que l'image est mobilisée. Enfin, l'iconographie est le plus souvent absente des publications, pour des raisons éditoriales mais également épistémologiques : au fond, que faire de ces images en regard du texte ? En quoi font-elles « science » ?

### ***b. Histoire visuelle et la déstabilisation de l'archive : images, « figures »***

La place des analyses sur l'image connaît une forte progression en histoire depuis quelques décennies<sup>39</sup>, portée par le champ fertile de l'histoire culturelle (Jean-François Sirinelli, Christian Delporte, etc.), initié dans les années soixante-dix par les historiens des mentalités comme Michel Vovelle (notamment dans la relativisation du primat de l'écrit pour s'intéresser au populaire, ce qui conduit à une diversification des sources).

« Enregistrant les « dérives de longue durée » de l'imaginaire collectif, l'image, ou plus largement le support graphique, a certes son poids d'inertie, elle se prête aux expressions formelles transmises et déployées (...). Mais (...), on peut parler aussi d'une réelle sensibilité à l'instant, aux mouvements qui s'inscrivent dans le temps court. » (Vovelle, 1989, p. 20)

Si l'histoire de l'art s'intéresse principalement aux formes légitimes, l'histoire et plus spécifiquement l'histoire culturelle défend un projet de connaissance qui constitue en source différents territoires de l'image. « L'histoire culturelle nous place face aux développements

---

<sup>39</sup> « Le rapprochement des historiens avec le territoire des images progresse d'année en année » mais observant par ailleurs le retard encore perceptible dans la connaissance de l'iconographie contemporaine, malgré l'abondance de matériel, comparée, par exemple, à la connaissance de l'iconographie médiévale (Bertrand-Dorléac *et al.*, 2001, p. 3). » Cité par Regimbeau, 2004

d'une recherche sectorielle qui entend comprendre les rapports d'une société avec ses idées, ses symboles et ses représentations » (Regimbeau, 2004, p. 7).

A propos de l'édition de la recherche, Gérard Regimbeau souligne que la présence des iconographies n'est pas systématique, et que la fonction des images dans le texte est variable : illustration, témoin ou ornement, l'image est convoquée selon des modalités diverses. Par exemple, la réflexivité qui caractérise le travail de Michel Vovelle (et sur laquelle nous reviendrons plus avant) définit en « Figures » les images rassemblées de manière exhaustive dans un cahier annexe en fin d'ouvrage, abondamment légendées et commentées, reproduites sur papier couché, en noir et blanc (Vovelle, 1989, annexes p. 297).

Gérard Regimbeau distingue trois modalités fonctionnelles des images dans le texte : la première modalité est celle de l'association, répondant au texte ; la deuxième concerne l'image qui vient en appoint et supplément (exemplification), sans être nommée dans le texte de manière précise ; la troisième est une modalité de « contrepoint » qui prolonge l'argument textuel. Ces différentes modalités peuvent apparaître au sein d'un même ouvrage, sans être explicitées. Soulignons que, loin d'être spécifiques aux historiens, ces modulations dans les différentes fonctions de l'image présentée par le chercheur sont difficiles à contourner. En regard, les cadres épistémologiques des sciences sociales semblent fournir des instruments plus rigides pour stabiliser ces variations qui vont au-delà de la question éditoriale, puisqu'elles touchent, directement, la définition de l'image comme source.

Gérard Regimbeau interroge plus frontalement encore la nature de ces images-objets (*documents*) analysés :

« De quoi est-il question dans un document figuré qui présente un paysage fixé par la gravure, laquelle est ensuite photographiée pour être reproduite en illustration ? Le document figuré est donc souvent, au minimum, doublement figuré et c'est le rôle de l'iconologue que de débrouiller ce qui relève du sujet, des figures et de la reproduction dans une analyse soucieuse des contextes. » (Regimbeau, 2004).

Cette « succession de fixations » relève de la socialisation même de l'image, et vouloir en détailler tous les niveaux apparaît un projet impossible. Néanmoins, à la question de savoir ce que les images nous font voir, il apparaît fondamental de répondre par une formulation des *figurations de la figure*. On perçoit combien les *transports* de l'image impactent sur le degré d'analyse et nécessitent de l'explicitier, conditionnant les cadres d'une recherche sur/par l'image à mi-chemin entre forme iconique, surface et média.

Certains centres de recherche, par exemple le Laboratoire d'histoire visuelle contemporaine de l'Ehess (LIVHIC) ont initié des pratiques de publicisation en ligne de la recherche comme les blogs mais qui mobilisent aussi des espaces de publication des sources visuelles elles-mêmes avec le site Flickr. Dans une certaine mesure, il s'agit pour le chercheur de donner accès aux sources de son analyse, de manière complète et cumulative, définissant des séries et des albums. Entre l'« exemplier » et la banque d'images, les planches mises en forme (de manière automatisée) par le logiciel Flickr produisent un montage fondé sur les anachronismes et la juxtaposition d'univers (captures d'écrans de résultats Google images, images publicitaires, couvertures de magazines, photographies des chercheurs : objets, séance de séminaire, espace public, etc.)<sup>40</sup>. Deux énonciations au moins se croisent : celle des matériaux de la recherche (le visuel comme objet de recherche) et celle de la pratique de la recherche collective, l'image témoignant alors d'une dynamique de légitimation d'un domaine, l'analyse du regard contemporain.

### *c. Visual studies / études visuelles : analyser le regard contemporain*

On l'a évoqué, le champ des cultural studies ou études culturelles a fait émerger, dès les années quatre-vingt-dix dans les pays anglo-saxons, un domaine thématique et transversal désigné comme les « visual studies », et portant sur les univers visuels rassemblant aussi bien les images que les cadres architecturaux et les signes vestimentaires.

Les études visuelles initialement fondées par des sociologues, intègrent les disciplines de l'esthétique, de l'histoire de l'art, en opérant la même translation pour l'image que celle effectuée par les études culturelles vers les formes populaires et illégitimes de l'écrit, notamment celui des médias de masse (Hoggart, 1953). Autrement dit, comme pour l'histoire culturelle, les formes médiatiques produites par les industries culturelles constituent un des objets principaux de ces études (cinéma, photographie, carte postale, illustration de la presse, graffitis, etc.). Dans la lignée des études culturelles, les chercheurs posent sur les images une perspective théorique qui souhaite comprendre les cadres politiques de la représentation, liés à la maîtrise et au contrôle du visuel, des figures et aussi de la forme.

Ainsi, Jan Baetens souligne l'importance de considérer la forme et sa matérialité de manière centrale dans l'analyse visuelle, comme une « discipline du regard » qui souhaite « dégager au moyen de l'examen des paramètres-formes une leçon spécifique, différente de ce que nous

---

<sup>40</sup> Groupe Livhic, <http://www.flickr.com/groups/lhivic/pool/>, consulté le 10 avril 2012.

apprendrait le passage direct par les contenus. » (Baetens, 2008, p. 85). Rien de très neuf depuis Roland Barthes : cependant, un espace de recherche sur le regard contemporain et sur les régimes de diffusion et de circulation du visuel se structure à la croisée de l'esthétique, de l'histoire, de la sémiologie et de l'anthropologie. Il donne notamment lieu à des projets liés à la production et l'archivage de l'image, particulièrement renouvelés par les médias informatisés. Une chaire de recherche créée à Lille 3 en 2010 est le signe d'une recherche de légitimation.

La dimension transversale et pluridisciplinaire de ces champs de recherche en constitution a néanmoins des implications sur la précision des objets, extrêmement variés et relevant de paradigmes très différents. Par exemple, le projet du RTP *Visual studies* souhaite rassembler les sciences humaines et sociales, les sciences de l'informatique, les sciences de l'ingénieur, les neurosciences, les créations audio-visuelles contemporaines. Ce projet tel qu'il est présenté sur son site web suggère quelques orientations communes à l'ensemble des travaux : la première revient à « distinguer systématiquement les étapes et/ou les fonctions suivantes : production, dispositifs, médiatisation, circulation, perception, interprétation, réception et mémorisation, qui semblent généralisables à l'ensemble des productions humaines observables dans les « univers visuels » : temple inca, scarification rituelle, sculpture grecque ou écran numérique ». <sup>41</sup> La deuxième orientation pointe la nécessité de considérer les modes de perception des univers visuels, dans leurs échelles et leur partialité. Si la troisième orientation revient à attribuer à l'image une valeur heuristique surplombant celle de l'« œuvre », de l'« art », etc., la quatrième orientation rappelle la dimension métamorphique de l'image, dans sa forme, et ses valeurs sociales, « les éléments visuels des cultures ne cessent d'apparaître, de circuler, de se transformer, de se recycler et de se recomposer avec d'autres (pratiques, discours...) ». Ainsi, le cadre est extrêmement souple et revient principalement à situer les *Visual studies* en regard d'autres disciplines de l'image.

Mais que dire des « images » elles-mêmes ? A quel moment, ces formes qui relèvent d'univers visuels font-elles images ? Par quelles opérations de prélèvement, de découpage et de représentation le chercheur fait-il advenir l'image ? Que sont ces « éléments visuels » ? <sup>42</sup> Séduisant parce que très large, le programme parvient cependant à une aporie relative à la source elle-même, qui n'est jamais qualifiée. Si le cadre du RTP cité ne peut, de par sa taille

---

<sup>41</sup> RTP Visual Studies, <http://visual-studies.recherche.univ-lille3.fr/visual-studies.recherche/Objectifs.html>, consulté le 7 avril 2012

<sup>42</sup> L'image dont il est question peut représenter des réalités/matérialités tout à fait différentes pour l'ingénieur, l'informaticien, l'anthropologue et l'historien d'art.

et son ambition transdisciplinaire, que très partiellement résoudre cette question, on perçoit cependant toute son importance.

Le « visuel » dont il est question, qu'il s'agisse des « études visuelles », de « l'histoire visuelle » ou des « Visual studies » est finalement assez proche de l'« imagerie » de Philippe Hamon. Le chercheur est amené à travailler aussi bien avec des images qu'il « trouve » que des images qu'il produit (en photographiant par exemple, mais aussi en réalisant une capture d'écran). Laurent Gervereau dans son *Histoire du visuel au XXème siècle* rappelle ainsi prudemment que l'analyse du visuel ne peut que s'appuyer sur une analyse de l'*eikôn*, c'est-à-dire « le document matériel quel qu'en soit le support » (Gervereau, 2003, p. 10). Point de vue averti qui, loin de restreindre les possibles méthodologiques et épistémologiques, renforce au contraire la précision du questionnement. « Requalifier impose de délimiter territoires et outils. Entre un tableau et la reproduction d'un tableau, l'objet est totalement dissemblable, les réceptions aussi. Faut-il s'interdire de les mettre en parallèle ? » (Gervereau, 2003, p. 21). Ainsi, la « saisie » de ces univers visuels (de cette culture visuelle) reste à effectuer, à baliser, à organiser en une pratique de recherche explicite : tout commence à cet endroit.

#### ***d. L'image, entre figure et objet : la place du document dans les disciplines***

Tirons des travaux évoqués trois questions sur les pratiques de recherche mobilisant des sources visuelles :

- En fonction de la discipline et de ses objets, l'image n'occupe pas la même fonction dans l'exercice de la recherche. Pour la sociologie, l'image constitue une modalité du terrain (de *l'observation*), au même titre que le carnet de notes ou l'entretien. Elle dit en se faisant et peut ainsi être absente du texte final. Elle a, de fait, un statut *documentaire* (plutôt que de témoignage)<sup>43</sup>. Pour l'historien, l'image est, d'abord, une archive qu'il va constituer ensuite en corpus ou *séries*. C'est bien un *objet* déjà documenté qui va l'être à nouveau par confrontation avec d'autres images.

On perçoit ainsi la nécessité de clarifier les fonctions des images dans la recherche. A quelles opérations interprétatives sont-elles soumises en fonction des cadres disciplinaires ?

- La deuxième question renvoie directement à *l'eikôn* et au matériau de la recherche. La construction des objets de recherche détermine des équilibres différents entre la

---

<sup>43</sup> C'est le cas également dans la recherche sur *Le travail photographié* (Peroni, 1996).

forme, la figure, le représenté et l'image (au sens d'imaginaire). Pour les études visuelles comme pour les historiens d'art, l'ambition large de considérer les « univers visuels » suppose de travailler à la fois sur des images (des documents matériels) qui sont toujours des documents au second degré, et sur des « traversées » diachroniques, mettant en lien des motifs, des figures et substances d'expression, dans l'espace et dans le temps. En quoi le fait que ces images soient des images d'images (extraites, reproduites) affecte-t-il la forme et la nature médiatique de celles-ci ? Comme le rappelle Anne Beayert-Geslin, la qualification d'énoncés visuels en images relève également de l'exercice de la recherche, notamment le travail de constitution de corpus.

« Pour le sémioticien, étudier l'image plutôt que le tableau ou la photographie revient donc à se placer en dehors des pratiques. Ce point de vue épistémologique, commode, permet de constituer des corpus en réunissant les énoncés visuels les plus variés sur une ressemblance eidétique (des affiches électorales, des portraits peints et des médaillons, par exemple), mais reste critiquable parce qu'il sacrifie un certain nombre de participations essentielles, et en premier lieu l'alliance du support, du geste et de la matière dans la texture qui, en tant que spécificité de la peinture, apporte pourtant une contribution majeure à la signification. » (Beyaert-Geslin, 2008, p. 12).

La « texture » réapparaît ainsi comme une dimension fondamentale de la représentation, question que nous prendrons au pied de la lettre.

- Enfin, la troisième question découle de la précédente et porte justement sur l'exercice de la recherche qui organise, classe, fragmente, constitue des ensembles d'images, définit des bornes et des frontières à l'intérieur d'autres ensembles déjà constitués (fonds numérisés, banques d'images, archives physiques) ou que le chercheur réalise lui-même. Comment distinguer et mettre en lien différents régimes du visuel à la fois dans l'exercice de la pensée et dans la *représentation* à l'intérieur du texte de la recherche (une hétérogénéité des images, des figures, des régimes médiatiques) ?

Laurent Gervereau appelle de ses vœux une « rupture épistémologique » rassemblant les différents travaux sur l'image, notamment par leur mise en réseau (ce que le RTP *Visual Studies* tend à réaliser dans une certaine mesure). « Le principe de la *citation iconographique*, provoquant des exigences collatérales en termes d'organisation, de maquette, d'imbrication

ou de translation, s'imposera peut-être comme un mode opératoire aussi légitime que la citation textuelle de nos jours. » (Gervereau, 2003, p. 486). Il soulève *in fine* un enjeu majeur, celui du rapport de confiance entre Sciences humaines et sociales et image.

## 2. Archives visuelles et exercice de la pensée

Le programme de ce dernier point nous ramène à l'écran, après un détour qui a souligné combien la spécification de l'objet matériel et circulant est bien l'un des enjeux des impensés épistémologiques. Dans la recherche comment rendre opératoires les pistes dégagées précédemment sur l'analyse iconographique ?

Arrivée au point ultime de ce chapitre, nous expliciterons de quelle manière, dans cet essai, la pratique de l'archive visuelle s'exerce, entre fixation et flux.

« La photographie pose à peu près les mêmes problèmes que l'archive : que faire des déchets habituels de l'observation historique, sociologique, médiatique. Par quelle oblique la regarder, qu'y chercher et donc qu'y trouver ? Par quels systèmes d'articulation passe le suspens de l'écrit et de la photographie (chose immobile) et le mouvement dans lequel le chercheur doit l'envelopper ? » (Farge, 2010, p. 183).

D'abord, que dire de la source, qui, une fois déterminée, laisse des « déchets » ? Constituer des corpus constitue autant d'opérations de sélection qui, comme le ressac, déplacent les contours de l'objet de la recherche. Ensuite, que sont les *eikônes* que nous instituons en sources et selon quelle « oblique » ? Enfin, quelles opérations (quels « systèmes d'articulation ») mettent en mouvement ces images ?

### ***a. Vers une iconographie en mouvement : sources, échantillons et familles***

Daniel Fabre écrivait en 1986 dans un texte consacré aux sources de l'ethnologue, que le travail de celui-ci relève principalement d'une « ethnographie de la performance, moment social de mise en acte des choses. » (Fabre, 1986, p. 4) La source n'existe pas sans le chercheur, et « quelle que soit la voie de l'analyse, les données sont rassemblées en fonction des termes du problème que l'ethnologue formule. » (Ibid., p. 7). Daniel Fabre en déduit qu'il est nécessaire d'abandonner la notion de « corpus », qu'il rattache aux pratiques des historiens et des linguistes, pour utiliser celle de « source » (et non plus celle de données). L'ethnologue fait advenir ses sources, et son activité interprétative s'élabore dans ce premier mouvement.

Implicitement, Daniel Fabre souhaite réunir deux temps de la recherche : celui de la « collecte » et celui de « l'analyse ». Il nous conduit à interroger les décisions qui vont affecter l'ensemble des matériaux de la recherche, et pour nous, une iconographie (une *imagerie*) et à les traiter, d'abord, comme autant de *sources visuelles*.

En 1989, Michel Vovelle introduit *Histoires figurales* en présentant un programme de travail fondé sur l'iconographie (Vovelle, 1989). Rappelant combien l'histoire des mentalités prend appui sur l'image, il définit deux perspectives : celle, sérielle, qui travaille sur un corpus donné « dans son homogénéité, sa massivité et sa continuité » (Vovelle, 1989, p. 10) et la perspective « qui fabrique ses corpus sur la base d'une problématique initialement définie, jouant de la diversité des regards qu'ils permettent de croiser. » (Ibid., p. 11). L'intuition et la souplesse sont tout particulièrement revendiquées par l'historien dans ce texte fondateur, et l'on voit à quels endroits s'effectue une certaine « historiographie de la performance ». L'iconographie révolutionnaire est saisie comme « échantillon », l'historien travaillant sur la production de séries qui, en regard les unes des autres, décrivent un discours par l'image sur la Révolution française. Cette démarche, Michel Vovelle l'avait préfigurée dans *La Mort et l'Occident* en un « patchwork réjouissant », à travers les siècles et les genres (Vovelle, 2001 [1986]). « Patchwork », « diversité », « mouvement » : l'image se prête particulièrement à ces recompositions et assemblages, animées par un objet de recherche en construction.

On peut dire que la diversité et l'hétérogénéité des sources visuelles relève de plusieurs niveaux : le niveau plastique et expressif, qui concerne les formes elles-mêmes, de la photographie au dessin ; celui, énonciatif et générique, qui porte sur le statut social et culturel des documents (affiche publicitaire, photographie amateur, film) ; celui, documentaire, qui concerne les relations des images avec d'autres ensembles dans l'espace et le temps (en série, isolée). Sauf à traiter les images en « étude de cas », le travail de la recherche reconstitue des ensembles, que Frédéric Chauvaud décrit comme des « familles » lui servant à

« s'interroger (...) sur la circulation des documents iconographiques, dans le champ de l'expertise corporelle, constituant ainsi une sorte de culture commune (...). La constitution en « familles » d'une série d'images permet de mieux comprendre les phénomènes de connivence qui jouent un rôle majeur dans l'étude des récepteurs d'un message visuel. » (Chauvaud, 2010, p. 41).

Nous préférerons les « échantillons » ou « collections » aux « familles » qui suggèrent la présence d'un lien de parenté (de quel ordre ?) entre les sources visuelles. Mais le travail réalisé par Chauvaud à propos des caricatures de la médecine légale procède bien d'un

mouvement qui souhaite engendrer des rencontres entre les sources (rebattre les cartes) et les stabiliser en séries (constituer de nouveaux ensembles), (Didi-Huberman, 2011).

### ***b. Une imagerie de l'écran : des sources à l'archive visuelle (fixations)***

Produire une imagerie de l'écran, tel est notre objectif. Mais quelles images ou plutôt, quelles sources visuelles réunir ? Si la forme écran est omniprésente et signe de notre époque, comment en constituer une iconographie raisonnée ? Le travail de constitution des corpus iconographiques que nous avons effectué emprunte à François Rastier sa formalisation des modes de repérage et d'analyse des genres des textes, et souhaite interroger les relations des textes (des images) au corpus et la pratique de recherche que ces relations supposent (Rastier, 2001). Ces modes de relation sont régis par trois principes que François Rastier décrit comme des paliers successifs vers une montée en généralité : le principe de contextualité (assemblage ou réunion d'images) ; celui de l'intertextualité (une transposition qui est déterminée par le chercheur et fonde ainsi un parcours interprétatif en fonction d'une problématique) ; enfin, le principe d'architextualité qui décrit les relations réciproques entre une image et le corpus, où l'image modifie « potentiellement le sens de chacun des textes [des images] qui le composent » (Ibid.). Ce principe concerne les effets de la pratique de recherche qui, en sélectionnant des formes observables et en recomposant des corpus à partir de ces sélections, modifie à la fois la découpe et le corpus construit.

Une base documentaire constitue un point de démarrage : le fonds audiovisuel de l'INA offre la possibilité d'analyser de manière systématique les publicités ayant porté sur l'écran sur une période de trente ans. En contrepoint, les publicités pour l'imprimé (livre, presse) et les campagnes de communication publique pour la lecture constituent des sous-corpus qui font lien, notamment, avec des iconographies plus anciennes (Gallica et Fonds d'affiches de la BNF).

A ces consultations systématisées de bases de données, notamment numériques, est associée la collecte régulière, plus contingente, de publicités contemporaines pour les écrans, prélevées dans des magazines ou sur internet.

Deux types de source visuelle vont donc être en jeu : des images fixes et des images animées, réunies par *contextualité*.

### *La collecte du contemporain : espace public et écran*

Nous avons produit un ensemble d'images photographiques et filmiques réalisé dans une perspective documentaire : ce choix de réaliser nos propres images renforce la réflexion sur le statut des représentations, des temporalités de la lecture (expérience de la réception) et du cadre de l'écran et de l'affichage dans l'espace urbain.

« La photo (...) favorise la mémoire de situations précisément rendues dans la fixation de repères d'espace et de temps (...) pointe la part d'inconnu qui se situe à la marge des photos, dans un hors champ qui nous rappelle le caractère profondément partiel de la reconnaissance photographique et de la connaissance en général. » (David, 2002, p. 85).

Ainsi, ces images sont bien des images « provoquées » (Terrenoire, 1985, p. 510). Enfin, nous avons archivé des documents iconographiques portant sur l'expérience de l'écran autopubliés par des amateurs sur internet (tutoriels, photographies, etc.) ou dans d'autres contextes.

### *La mise en abyme de la représentation et de l'expérience de la lecture : fragments*

L'écran apparaît souvent au sein d'autres formes d'expression, plus larges et dont le sujet n'est pas nécessairement l'écran (par exemple un film, une création artistique). Le recueil d'images de l'écran constitue un ensemble plus fragmentaire, que viennent compléter les iconographies de la lecture de l'imprimé. Cet ensemble de sources visuelles disparates permet de nourrir les hypothèses de manière diachronique et synchronique, en confirmant le repère de motifs récurrents, comme des sources « témoin ».

### *Archives visuelles et séries*

On a donc cherché à tourner autour de l'objet en travaillant par « facettes » pour créer des séries d'images, des échantillons, selon des critères plus ou moins systématisés et qui relèvent du principe d'*intertextualité*. Les sources visuelles de la recherche comportent ainsi des régimes visuels très variés et contrastés et nous les considérons dès lors qu'elles sont « fixées » par nous comme des *archives visuelles*. Elles sont déterminées par un « esprit de collection », ainsi que Pierre Fresnault-Deruelle qualifie l'iconographie :

« Une nouvelle image, dénichée sur la « toile » (et qui soit reproductible, c'est-à-dire exportable hors de l'écran), chez un libraire de livres anciens (...) pique soudain le collectionneur que nous sommes, qui est aussi sémiologue. Augmentée d'un membre,

la famille d'images s'anime soudain et voit telle lignée iconographique se doter d'une dimension seulement entrevue jusque là. » (Fresnault-Deruelle, 2011, p. 10)

Dans la citation, une phrase retient notre attention : il faut que l'image soit « *reproductible c'est-à-dire exportable hors de l'écran* ». Le « trajet » des images vers leur statut d'*archives* s'avère un aspect primordial de l'iconologie pratiquée par Pierre Fresnault-Deruelle, et c'est à préciser le parcours de nos propres ensembles d'images que nous nous employons maintenant, selon le principe d'*architextualité*.

### ***c. Le trajet des images : images premières/images secondes***

Les séries d'archives visuelles constituées sont hétérogènes en raison du mouvement qui anime pratique de la collecte et questionnement. Soit. Pourtant, un second niveau de leur hétérogénéité mérite une attention singulière. Il s'agit des « fixations » que nous effectuons (ce que Pierre Fresnault-Deruelle attend d'une image est bien, entre autres, qu'elle soit « reproductible »), dans un geste d'*élection* de l'image (elle est, en quelque sorte, « choisie » pour devenir *archive*) et de *désignation* (le chercheur la documente, l'indexe en fonction de ses critères propres de codage et de référencement). « Du point de vue de la discipline historique le document iconographique ou figuré peut recouvrir tout type d'image fixe (comprenant le photogramme de film), résultant souvent d'une succession de fixations. » (Regimbeau, 2004, p. 3).

Or, ces opérations d'élection et de désignation (comme celle qui, par un arrêt sur image, prélève un fragment du film) reviennent à produire à nouveau des représentations des représentations. Si Laurent Gervereau a montré la vanité d'un projet qui souhaiterait considérer toutes les dimensions de ces images d'images d'images, etc., il est cependant possible d'explicitier en partie ce que recouvrent ces opérations.

Deux modes d'intervention sur l'image ressortent plus nettement. Le premier est celui de la fragmentation et de la transformation du format par des opérations de découpage et de recadrage. La « capture d'écran » du site Flickr illustre bien ce processus : l'opération photographique réalisée par l'ordinateur (*screenshot*) prend l'ensemble du texte compris dans le cadre physique de l'écran et seulement celui-ci, coupant la *page* consultée (Illustration 16). Cette image peut être alors recadrée pour extraire des fenêtres logicielles une forme « pure », fixée, et détachée de ses outils d'existence (le logiciel). Comme pour l'arrêt sur image exécuté à partir d'une image filmique, l'opération consiste d'abord à « faire image

fixe ». Elle suppose des recadrages et des agrandissements à des fins de *révélation*, au risque qu'une certaine « ingénuité » : « Les historiens de la peinture font, le plus souvent, un emploi « ingénu » de la notion même de détail - comme si elle allait de soi (...) Dès l'instant qu'il serait révélateur, le détail accomplirait sa fonction. » (Arasse, 2009, p. 12). Sélectionner un détail dans une image, c'est nécessairement en modifier le format et matériellement, *transformer* l'image, la faire disparaître pour en faire advenir une autre.

Le second mode est celui de la logique d'exemplarisation réalisée par le travail de sélection et d'extraction, qui conduit à choisir le « bon exemple » au détriment d'autres, à des fins de publication et de communication scientifique. Or, il est certain que ce « bon exemple » opportun, ponctuel, fera l'objet d'une véritable cristallisation : cette image exemplaire sera reprise à plusieurs occasions (dans un cours, une autre communication) et le commentaire (le récit) qui y est associé, répété. « Les chercheurs sont à l'affût d'icônes sur lesquelles ils ont beaucoup à dire (...). Le danger majeur du procédé réside dans la valorisation de l'exception comme métaphore de l'ensemble. » (Gervereau, 2001, p.128). Si les réserves de Laurent Gervereau concernent aussi bien les muséographes que les chercheurs, elles permettent néanmoins de souligner la part complexe en jeu dans cette « énonciation visuelle du visuel » (Terrenoire, 1985).

Au terme du chapitre, attelons-nous à déplier l'« énonciation visuelle » entreprise dans cet essai, et qui repose sur deux modalités de déracinement des sources. La première, du calcul, s'élabore dans la systématisme et traverse un temps long de manière linéaire. La seconde, du montage, nous fait battre à nouveau le jeu des *eikônes* pour les redispser dans de l'espace.

#### ***d. Archives et planches d'images : décrire et voir le temps***

Du temps, donc, et de l'espace : c'est selon ces deux axes que nous animons nos archives visuelles, cherchant à « voir le temps » selon les termes de Didi-Huberman à propos des Atlas d'images d'Aby Warburg (Didi-Huberman, 2011a, p. 298). On présentera donc successivement les deux axes.

##### *Décrire du temps : lignes et rebonds*

Quand l'histoire s'arme d'outils de systématisme et de visualisation, notamment informatisés (ce que Michel Vovelle appelle d'ailleurs de ses vœux dès 1989), elle pose un regard réflexif sur la dialectique de l'image et de l'événement : Michel Vovelle fait ainsi jouer

les échantillons quantitatifs avec ce qu'il nomme des « études de cas », qualitatives et portant sur des illustrations ponctuelles. Il faut bien coder, mais dans des allers-retours avec la problématique afin de ne pas omettre de la « faire éventuellement rebondir » (Vovelle, 1989, p. 13. De même, en histoire de l'art, Béatrice Joyeux-Prunel considère que « l'approche sérielle invite, ce qui est salubre, à regarder plus la masse que l'élite, les minorités et les perdants que les héros et les dominants, elle pousse à une forme de relativisme, tout en invitant à la prudence méthodologique. » (Joyeux-Prunel, 2008).

Le travail d'exploration des notices de la base de donnée publicitaire de l'Ina que nous avons effectué répond en premier lieu à la nécessité de faire advenir une série systématisée de trois cents spots publicitaires à partir de mots-clés faisant écho à nos hypothèses. Ces films courts de quelques minutes décrits par un codage effectué de manière systématique forment un échantillon hétérogène et baroque. Il rassemble aussi bien les « perdants que les héros » et les trente années explorées mettent en évidence les apparitions et les disparitions des objets de la réclame (la machine à écrire avec écran, le minitel, les visiophones, etc.) ou des variations narratives.

Béatrice Joyeux-Prunel, défendant l'importation de méthode quantitative en histoire de l'art - discipline sujette à la rhétorique du détail et de l'exemplaire – précise l'intérêt paradoxal de quantifier des « sujets *a priori* non quantifiables » comme les genres, les modes (Ibid., 2008). Ce sont en effet des objets de recherche qui se construisent par rebonds, par « sursauts », tout comme l'objet « l'écran ». Compter, tracer des courbes et des lignes à partir de mots associés à des images animées, en tirer des « photogrammes », etc. : la part baroque de cet échantillon ne pouvait être travaillée qu'avec une grande prudence, en abordant avec délicatesse chacune des entrées d'analyse<sup>44</sup>.

La consultation des archives d'affiches au département des Estampes de la BNF, bien qu'elle n'ait pas donné lieu à un codage, a été également un repérage précieux du temps long des transformations médiatiques sur des images fixes. Le poids des grandes boîtes grises de conservation des affiches, manipulées par nos soins, redit la dimension plastique et matérielle des images, du document. Les « trouvailles » de « perdants » parmi ces boîtes ont permis de rééquilibrer la place occupée par les « élites » que constituent les affiches numérisées (documents de Gallica intra-muros et BNF), principalement les œuvres d'affichistes

---

<sup>44</sup> Les échanges oraux qui ont eu lieu pour la partie réalisée en duo ont beaucoup contribué à maintenir le va-et-vient entre codage et problématique, et je remercie sincèrement Nataly Botero d'avoir collaboré de manière aussi réactive à ce travail.

renommés<sup>45</sup>. Ainsi, la quantification est caractérisée par des opérations de lent repérage, tri et pondération par des corpus annexes.

### *Mettre en espace : tables et planches*

La dimension plane de l'image fixe, cette prédominance du visible, constituent pour la pensée iconographique l'intérêt fondamental de s'exercer selon une poétique de l'affinité et de la rencontre. Faire *se rencontrer* les images en les disposant en *planches* : il s'agit de décrire une pratique de l'espace et du regard. La consultation de bases de données numériques rend incontournable cette pratique puisque, par la logique combinatoire des données indexées, se révèlent sous nos yeux des « mosaïques » ou « miniatures » d'images, présentées de manière tabulaire/listée et normée à l'écran : le lissage des formats en est un signe caractéristique puisque tout a la même taille dans les « mosaïques » d'images. Ce sont souvent des collections disparates qui s'affichent sous nos yeux, le moteur de recherche Google constituant un exemple inédit de ces hétéroclismes en tant qu'il est une méta-base de données<sup>46</sup>. Les bibliothèques, les musées, les particuliers sont les énonciateurs documentaires de ces tables d'images en les inscrivant dans des projets documentaires : parce qu'ils documentarisent chacune des images, parce qu'ils les mettent en série dans des albums (Tardy, 2010a et 2010b ; Casemajor-Loustau, 2011 ; Beuscart, 2009).

De plus, les architextes documentaires informatisés produisent de manière automatisée d'autres énonciations par contiguïtés entre les images. Impossible d'échapper à ces frottements accidentels, de *ne pas voir* les ensembles reconstitués qui, selon l'humeur, produiront chez l'utilisateur désappointement, indifférence ou amusement, mais peuvent également affecter le sujet (*l'impliquer*), le *déplacer* en ouvrant de nouvelles pistes, le faire « rebondir ».

Les planches des bases de données, images d'images, sont ainsi des formes singulières et complexes, qui s'imposent d'abord comme des gestes documentaires, que notre œil/esprit a du mal à ne pas rationaliser (Després-Lonnet, 2009). Le montage y est principalement « aléatoire » mais aussi « vital » puisqu'il permet « une modification, une *ouverture* de notre regard.» (Didi-Huberman, 2011b, p. 92-93).

---

<sup>45</sup> Comme Gunter Rambow (1938-), Jean-Michel Folon (1934-2005).

<sup>46</sup> Bases de données : Gallica – Flickr, BM de Lyon [http://collections.bm-lyon.fr/photo-rhone-alpes/search?&query\[\]=subject:%22livre%22&hitStart=24](http://collections.bm-lyon.fr/photo-rhone-alpes/search?&query[]=subject:%22livre%22&hitStart=24)

La poétique de l'affinité et du montage identifiée à propos des bases documentaires d'image ne promet cependant pas de constituer une forme synoptique de connaissance<sup>47</sup>. Dans une étude consacrée au paysage cinématographique, Maurizia Natali prend appui sur les travaux de Warburg, notamment pour analyser le dispositif de présentation des tables de Warburg « les planches qui explorent les ressemblances métamorphiques entre des images lointaines apparaissent comme une forme d'écran cinématographique, de surface de projection (...) » (Natali, 1996, 40). Elle défend une approche iconologique du cinéma en affirmant le concept de paysage comme « énigme iconologique » (Ibid., p. 47). Contrairement à la cartographie, ou au diagramme, ces planches reposent sur une norme (un arbitraire) qui n'est pas scientifique (modélisation et calcul) mais documentaire (liens par l'indexation).

L'enjeu de la « connaissance par le montage » est reposé dans cet essai de manière réflexive, en donnant au travail de rapprochement et de confrontation des images un rôle majeur, celui des fondations. Les écrits de Georges Didi-Huberman sur l'atlas d'images *Mnemosyne* conçu par Aby Warburg définissent à ce titre un espace d'expérimentation tout à fait passionnant. La précision foisonnante et cultivée des analyses de l'historien de l'art est remarquable par ce qu'elle tient ensemble pensée et dispositifs formels, documentation et connaissance. Comprendre des stratifications de formes, des coexistences de temps au sein d'une image revient à prendre au pied de la lettre le fait que « tout objet social et historique se constitue lui-même comme un montage » (Didi-Huberman, 2011b, p. 94) et à déplier le statut documentaire de l'image.

La *table* (au sens de table de montage, de table de travail) ou la *planche* de l'atlas est d'abord une surface, un espace en « attente » de configurations d'images par le chercheur. « Elle n'est qu'une surface de dispositions et de rencontres passagères. » (Ibid., 2011a, p.18). Surtout, elle est un support de travail éphémère et toujours modifié. Elle relie et recompose des « mondes » et constitue ainsi un instrument analytique fondé sur l'anachronisme et l'hétéroclite mais surtout sur une pratique d'élargissement et de resserrage des ensembles d'images (Ibid., p.16). Dans l'atlas warburghien de la télévision dirigé par Fausto Colombo, les liens de la télévision avec d'autres formes médiatiques (littérature, théâtre, graphisme) sont abordés à partir de petites collections d'images, hétérogènes et de leurs juxtapositions (Colombo, 2010). L'édition du texte rend possible une double lecture (du chapitre, des planches) par l'usage de

---

<sup>47</sup> Dans une certaine mesure, la promesse relèverait plutôt de l'expérience émotive/affective (expression) : jouant sur l'esthétique des cabinets de curiosité, les interfaces donnent à voir de « faux » albums, constitués aussi par les objets/images d'objets des internautes, etc. (Casemajor, 2011).

dépliants qui permettent à la fois de *rassembler* (créer une juxtaposition) et de *détailler* (renvoyer au texte).

Il y a d'autres tables dans nos tables, comme par exemple les captures d'écran de bases documentaires iconographiques. Les planches sont constituées à partir des analyses de quelques images, elles décrivent des focalisations sur des motifs, des figures, des formes. « L'atlas nous propose des tables d'orientation là où l'archive nous oblige d'abord à nous perdre parmi ses boîtes. » (Didi-Huberman, 2011a, p. 290). La puissance épistémique de la *table* est aussi de manifester les lacunes et les discontinuités, là où le quantitatif produit de la continuité temporelle.

Les tables présentées dans cet essai réunissent différents régimes d'images, nos photographies comme des photogrammes de spots publicitaires et de films, des affiches, des vidéos. Elles sont *en travail* comme *de travail*. Elles souhaitent répondre à l'ambition de montrer les images et en même temps le mouvement de l'analyse.



## Chapitre 4. Ecrit et écrans « placardés » : trente années de discours publicitaires sur la culture écrite

---

Un tel discours rend vraiment efficace les « magies » offertes par les maisons de production (...) il s'agit d'un discours et d'une pratique rituels (...) qui contient la répétition obsédante de certains caractères. (...) [Ce discours] exprime la « compétence implicite » circulante, au niveau de la culture pratique et quotidienne, sur les portables (Montanari, 2005, p. 129)

Le régime publicitaire travaille à l'interstice entre contraintes formelles et intégration d'éléments hétéroclites : le media (affiche, spot télévisé ou cinématographique) absorbe des contenus absolument disparates (de la lessive à la collection « Bouquins », en passant par un réseau téléphonique, une machine à écrire, etc.) et concentre dans l'unicité d'un espace (l'affiche) et la brièveté d'un temps (le spot) un récit sur le produit. L'« affichage » (ou la diffusion) de ce récit est effectué pour s'intégrer à des parcours<sup>48</sup> : celui des passants ou des automobilistes, mais également à celui du spectacle des programmes télévisuels, de la lecture des magazines et de la presse (Floch, 1990). Récemment, le financement d'entreprises web par la publicité a nécessité la mise en œuvre d'autres imbrications des formes publicitaires aux pratiques quotidiennes : ainsi, les contenus vidéo sont précédés d'un ou plusieurs spots qui réintroduisent une linéarité et un parcours prédéfini puisque le spectateur ne peut s'y dérober ; bannières animées et encarts publicitaires participent à créer une image du texte à l'écran qui est tabulaire et hétérogène. *Se faire voir pour faire voir*, tel est bien la tension à laquelle l'image publicitaire doit répondre : pour cela, son « affichage » doit provoquer autant de ruptures et de surprises pour solliciter l'attention. Olivier Chantraine a ainsi décrit comment l'affichage de publicités pour un téléphone mobile sur une cabine téléphonique

---

<sup>48</sup> Dans son article Marc Martin décrit comment le secteur de l'affichage s'est structuré dès les années vingt en raison de la montée en puissance de la communication et de la publicité. « Les méthodes ne se perfectionnent qu'au milieu des années 1970. En 1977, IPSOS crée le « baromètre Affichage » destiné à mesurer la mémorisation des messages transmis par l'affiche (...) ; en 1983, Armand Morgenstern réalise, sur Orléans, une enquête modèle pour définir les meilleurs emplacements grâce à une étude des trajets des habitants faite sur un panel, ce qui en réduit les coûts (...). L'affichage a désormais les moyens de lutter à armes égales avec les autres grands médias. » (Martin, 2004, p. 74).

l'utilise « contre » elle-même, en la rendant plus visible (les affiches l'opacifient) pour en montrer l'obsolescence (Chantraine, 1996, p. 11). De fait, les images publicitaires font fréquemment retour sur leur dimension médiatique, à la fois plastique et situationnelle, dans un mouvement réflexif provoqué par la nécessité de maîtriser le sens. Logique paradoxale qui cherche à diffuser d'un côté (au risque du détournement, de la perte de sens) et à contrôler (contenir). En ce sens, les images publicitaires constituent un espace d'observation des allers-retours entre plusieurs dimensions médiatiques qui est tout à fait riche. Ainsi, une publicité pour Kodak utilise la peinture pour représenter la photographie : représentée par « ce qu'elle n'est pas » l'image devient alors une pratique capable de rejoindre celle, noble, de la peinture (Fresnault-Deruelle, 2011, p. 70). C'est dans ces déplacements et ces emprunts manifestes ou implicites que se forme l'énonciation publicitaire sur le(s) sens de l'inscription, et sur l'écran comme cadre d'une configuration signifiante.

Comme on l'a vu précédemment, l'écran représenté dans la publicité permet de définir un cadre/cache pour y afficher des textes qui renvoient à des pratiques sociales et culturelles. Dans la publicité, l'écran - l'image qu'il contient - est quasiment toujours « pratiqué », c'est-à-dire social : ainsi, graphiques et statistiques connotent l'univers du travail. Il est la face sociale de la machine, le lieu du connu/reconnu, du lisible, de l'émotion, de l'écriture et de la création, de l'*appropriation*. Mais sa représentation par la photographie ou le film semble en péril, vacillante, souvent erronée ou artefactualisée, le texte à l'écran étant alors « rejoué » pour y être inséré a posteriori. L'enregistrement photographique et filmique est incapable de « témoigner » de la matérialité de l'écran sans retouche et les médiations techniques de ces prises de vue produisent alors de nouvelles images du texte. Elles sont toujours en adéquation avec le cadre, lisibles et sans reflets, subissant un montage qui les donnent à voir en fragments juxtaposés dans un rythme de lecture généralement effréné, etc. Ces « variations médiatiques » sont au cœur de notre questionnement et peuvent être précisés selon trois niveaux distincts. D'abord, dans le récit publicitaire lui-même, l'intermédiaticité constitue un motif dont les fonctions peuvent être multiples et vont évoluer de manière diachronique. Comment les passages, les franchissements, entre des supports médiatiques sont-ils représentés et mobilisés ? Ensuite, la liaison ou déliaison entre texte et surface d'inscription interroge plus largement les relations sémiotiques entre contenu et technologie, entre le texte et la machine. La part configurante de l'écran apparaît selon des régimes variés, comme la couche visible de la boîte noire de la machine calculante, ou comme un conduit, un couloir de circulation entre le monde physique et le monde de l'inscription. Enfin, le dernier niveau

établit la jonction entre le médium de la représentation (la publicité) et l'écran comme surface d'inscription en se concentrant sur la *matière* du texte et sa monstration.

Les « réclames » que nous avons rassemblées, affiches et spots publicitaires, de 1979 à 2010, constituent un corpus de presque 300 documents. En trois étapes, successives dans le temps, il s'agit de souligner les principales modalités des regards publicitaires sur les écrans.

## 1. Regards publicitaires sur l'écran et l'imprimé : figures de l'antinomie, du désir et de la (ré)conciliation

Notre parti pris est bien de considérer *en même temps* des iconographies qui peuvent sembler parallèles : d'un côté, celle de l'imprimé, et de l'autre celle de l'écran. L'hypothèse selon laquelle ces représentations ne s'excluent pas les unes les autres (ne s'ignorent pas) apparaît tout à fait opératoire et est incontestable aujourd'hui à propos des nouveaux supports de la lecture que sont les liseuses ou les téléphones portables. Or, si cela peut sembler naturel pour ces exemples, la remontée dans le temps met en évidence des séparations entre les modèles de représentation iconographique qui reposent en surface sur la distinction suivante : l'imprimé/le livre est le support de la *lecture* (imaginative, contemplative, informative, éducative), l'ordinateur/écran est le support du *calcul* et de la *production/consultation* (statistique, encyclopédique). Dit autrement, la question de la lecture numérique ou de la lecture d'écran est absente dans ce schéma simplificateur et dichotomique. Plutôt que de nous conformer à cette distinction, nous avons cherché à la faire *travailler* jusqu'à l'usure, en confrontant des images publicitaires pour des annonceurs aussi différents que Macintosh, Fisher Price, l'éditeur Larousse, *Le Monde*, etc. Il s'agit de repérer les modalités d'énonciation des interrelations entre imprimé et écran (rupture, imitation, etc.) et, plus largement, les moments d'apparition du motif de la lecture d'écran. Plusieurs entrées analytiques ont structuré ce *travail* de la dichotomie. Nous revenons dans cette première partie sur ces entrées.

### *a. Une imagerie hétérogène : corpus et sous-corpus*

La base documentaire « Pub » de l'INA a servi de point de départ pour la constitution d'un corpus de 280 spots publicitaires, ensuite divisé en trois sous-corpus nettoyés et réorganisés par nous<sup>49</sup>.

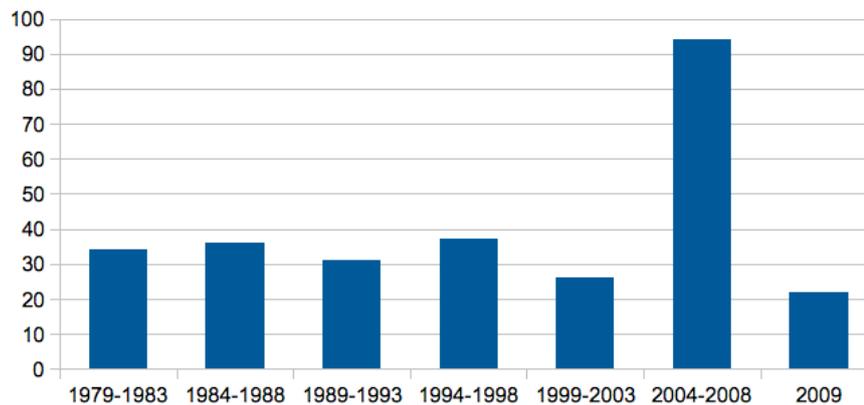
- Le premier regroupe des publicités réalisées autour de l'imprimé : éditeurs et organismes de presse en sont les principaux annonceurs. Ce sous-corpus comprend 139 notices.
- Le deuxième sous-corpus comporte un ensemble élargi de films présentant des écrans et des outils technologiques (électroniques) de l'écriture et de la lecture : les annonceurs sont aussi bien des industriels de l'informatique, que des éditeurs numériques (82 documents). A des fins de comparaison, nous avons également distingué dans un sous-corpus bis ce qui relevait exclusivement des appareils technologiques.
- Troisièmement, nous avons réuni des spots mobilisant la lecture comme scène pour la réclame d'autres produits, comme l'alimentation ou les cosmétiques. Ce sont les principales thématiques associées : plus restreint, cet ensemble comprend une trentaine de films.

Ainsi, le corpus global a été ensuite réduit à 250 publicités afin d'affiner les comparaisons. La principale difficulté de la sélection a porté sur la distinction des entrées thématiques puisque la co-présence des différents supports du texte est particulièrement remarquable dans cette «imagerie» : l'imprimé est rarement isolé et est souvent accompagné par des supports sonores ou visuels. C'est bien entendu le cas des supports d'apprentissage des langues et des encyclopédies, dont la vertu « multimédiatique » apparaît renforcée par les documents numériques. De même, la recherche a fait apparaître une catégorie très présente, située entre le jeu/jouet et l'éducation, et qui rassemble les « ordinateurs » ou « livres électroniques » pour enfants et adolescents. La visée « interactive », souvent limitée à une réaction sonore par

---

<sup>49</sup> « Les notices proviennent de la collecte au titre du dépôt légal depuis le 1er janvier 1995 auprès de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), ex Bureau de Vérification de la Publicité (BVP) et de fonds historiques complémentaires provenant de la Régie Française de Publicité (RFP) et de TNS Media Intelligence. » (Extrait de la présentation de l'Ina sur son site web). Dans la base « Pub » de l'Ina, les spots ne sont pas indexés thématiquement : la recherche a donc consisté à utiliser des termes clés (livre, ordinateur, papier, bibliothèque, lecture, tablette, liseuse, téléphone, Smartphone, écran, internet) et des noms de marque et d'éditeurs (par exemple, Hachette, Gallimard, Microsoft, Apple, etc.), ce qui revient à interroger le champ « titre » principalement et à procéder par déduction et recoupements. De fait, la réalisation du corpus relève d'un certain artisanat.

l'interface d'une fiche cartonnée, définit les prémices de la production de contenus numériques par les éditeurs (comme les cdrom accompagnant les magazines ou les livres en réalité augmentée chez Nathan).



**Illustration 20. Publicités par quinquennal**

Les graphiques mettent en évidence une répartition du corpus dans le temps qui donne une large importance à la période qui va de 2004 à 2009 : ce phénomène est, d'une part, induit par la base documentaire elle-même qui se constitue seulement à partir de 1995 de manière systématisée, les documents antérieurs émanant de bases documentaires connexes ; d'autre part, la démultiplication des écrans et la croissance de leurs représentations visuelles est particulièrement traduite dans ces résultats. Nous les avons regroupés par tranches de cinq années, puis par décennies.

### ***b. Trois décennies en regard***

En trente ans, les transformations technologiques des supports de l'écrit sont multiples et se produisent de manière disséminée dans les secteurs de la technique et du contenu. Trois jalons semblent ressortir particulièrement. D'abord, à l'aube des années quatre-vingts, la domestication de l'ordinateur (Personal Computer). Ensuite, à partir de 1994 en France, l'arrivée du réseau internet qui modifie à la fin des années quatre-vingt-dix les modalités de circulation des textes, engendre de nouvelles formes éditoriales. Enfin, de 2004 à 2009, l'intégration d'outils de publication simplifiée et la création de plates-formes de réseaux sociaux constitue pour l'écriture un tournant qui accélère les capacités de circulation et de métamorphose des textes. Par ailleurs, l'arrivée des smartphones, des tablettes numériques et des liseuses sur le marché conduit à un changement qui porte aussi bien sur les pratiques des textes (la « lecture » redevient une question sociétale) que leurs modalités éditoriales

(figement des formats, création des formats qui « s'adaptent » à l'écran et au support). En une dizaine d'années, on peut ainsi considérer des évolutions qui font écho à ces mutations. Restons cependant prudents sur les relations causales entre les deux, que l'ampleur du corpus analysé et sa constitution ne permettent pas d'avérer.

Sur le corpus global, la période 1979-88 comprend 70 documents ; 68 documents pour la période 1989-1998 et 120 de 1999-2008. L'année 2009 est représentée à elle-seule par 22 documents.

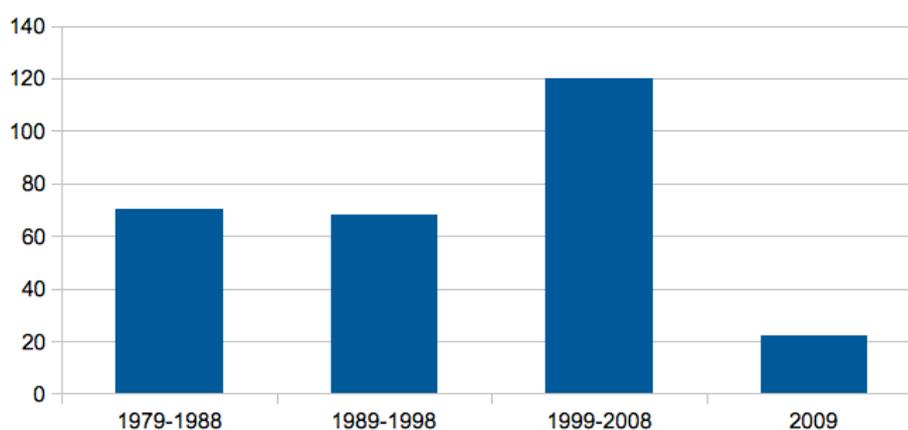


Illustration 21. Publicités par décennie (corpus global)

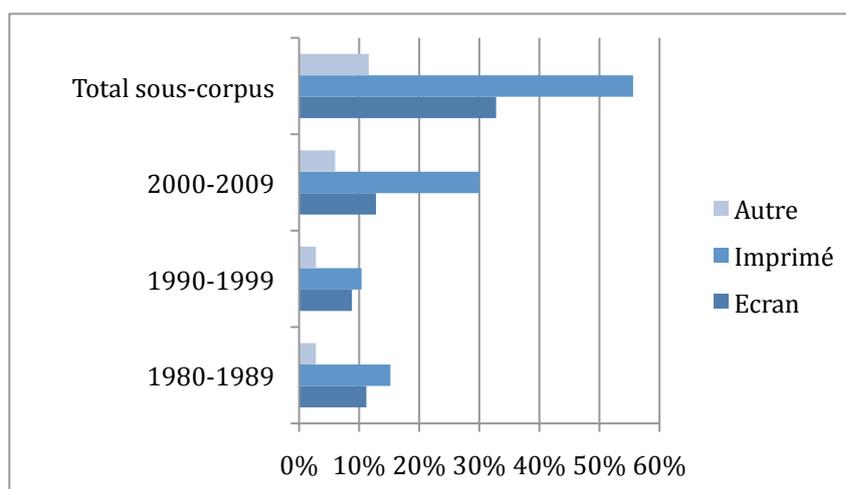


Illustration 22. Publicités par décennie (par sous-corpus)

Dans les points suivants, nous tâcherons de présenter les grands ensembles de descripteurs utilisés pour coder le corpus. Cette synthèse met en évidence trois volets principaux de descripteurs : le premier volet porte sur la saynète du spot publicitaire, la « scène de

lecture » ; le deuxième concerne les modalités énonciatives visuelles et verbales ; le troisième volet analyse plus particulièrement le lien du texte et du média.

### *La « scène »*

Les films publicitaires décrivent autant de « scènes » qui définissent la valeur et le statut des objets technologiques, des supports et /ou texte. En nous intéressant à des images animées, nous avons étendu la portée du mot « scène » dans l'espace et dans le temps. Plutôt qu'une image fixe concentrant une « scène », c'est bien l'écriture de cette scène, son déploiement qui est observé de manière dynamique. Des « scènes » en mouvement, tels sont donc les objets de l'analyse. Le synopsis, d'abord, en constitue la trame linéaire en produisant une forme fermée, close, une saynète plus ou moins narrativisée. Quels lieux présentent ces scènes ? Où se déroulent-elles ?

Entre l'intérieur et l'extérieur, les lieux professionnels et domestiques, les lieux publics ou les bibliothèques et lieux d'enseignement, on retrouve de nombreux motifs déjà présents dans les iconographies de la lecture : le monde des bureaux émerge cependant de manière nouvelle de cette topographie assez conventionnelle. La porosité entre la « scène » du récit filmique et la « scène » de l'écran ou de la page du livre est une particularité de ces spots et elle permet de jouer avec un brouillage entre plusieurs niveaux diégétiques.

La place occupée par la corporéité est particulièrement intéressante car elle éclaire de manière pluridimensionnelle la question de la projection du corps du lecteur/spectateur dans la lecture/l'usage.

Les personnages représentés sont décrits dans l'analyse selon des critères de sexe et d'âge, de nombre et de présence, mais ce sont aussi les postures qui ont été décomposées : la mise en scène de face, de dos, de profil, également la figuration du corps même, souvent segmenté, incomplet. Que font ces personnages ? Quels rapports entretiennent-ils entre eux ? Qui tient les objets ? Qui manipule et comment ? On va retrouver là les motifs récurrents de la « scène de lecture » du parent avec un enfant par exemple, mais les croisements entre les sous-corpus permettent de faire ressortir les « migrations » de ces motifs dans d'autres récits, comme la promotion d'un Visiophone.

Tenir, se tenir, se positionner : les corps et leur motricité relèvent dans la production publicitaire d'autant de recherche d'effets de sens soigneusement préparés et codifiés dans des story-board. D'une certaine manière, la figuration des lecteurs/usagers ou leur absence, la

présence ou l'absence de décor ou d'un lieu reconnaissable ne sont pas des traits spécifiques aux thématiques des publicités analysées, plus largement, ces choix renvoient à des esthétiques qui sont fonction des modes et nécessitent une prudence dans les conclusions. L'énonciation visuelle relève ainsi d'une esthétique qui n'est évidemment pas liée au produit vanté, mais bien aux savoir-faire et codes contemporains de la création du spot, qui vont diversement interpréter les questions liées à l'usage.

Le diagramme ci-dessous décrit les évolutions des lieux des scènes. Deux tendances sont remarquables : d'une part, l'augmentation importante des scènes en extérieur et dans les lieux publics et la disparition dès 1998 de scènes « réalistes », aux décors chargés, représentant principalement les lieux professionnels (le bureau et ses classeurs) et la vie domestique. Enfin, les années 2000 font émerger un autre type de représentation, centrée uniquement sur le support, dans un espace vide. On passe ainsi de scènes plutôt descriptives et explicites, détaillées (fortement embrayées) à une scénographie centrée sur le support.

### *L'énonciation visuelle et langagière*

Il n'est donc pas exclu que les analyses aient fait apparaître en creux une histoire esthétique de la publicité, au détour. C'est bien dans les mailles de cette histoire que la part énonciative visuelle et verbale des formes analysées prend consistance, en ce sens qu'elle y est plastiquement liée. Les plans définissent l'espace de la scène, l'animent par leur montage, et « placent » leur spectateur potentiel (œil du prince) hors ou dans la scène (le cadre de l'écran de télévision). Un des relais peut être le regard adressé par le personnage lui-même comme les effets de zoom ou de rythme. De manière transversale, l'énonciation est tendue vers la nécessité de l'« animation » de ces objets inscrits que sont le journal, le livre mais aussi l'écran. Ceci n'est d'ailleurs pas propre à l'image animée : les affiches de promotion de la lecture ou de publicité pour des éditeurs ont fréquemment cherché à mettre en mouvement les objets soit par l'imaginaire (le livre oiseau, le livre bateau, le livre effeuillé) soit par une sémiotisation du corps du lecteur (comme un post-it manuscrit apposé sur la page du magazine, ou un effet de feuilletage).

« Animer » voire « réanimer » s'effectue aussi par le son, intra ou extra diégétique : les bruitages mais aussi les voix off et on, qui servent à interpeller directement le spectateur et renforcer la rhétorique démonstrative. Or, les références à d'autres univers esthétiques que

celui de la « réclame » servent parfois un procès énonciatif qui contourne le produit, joue sur des effets de contraste voire de contradiction, par exemple en ne le montrant pas, ou alors éteint et peu visible.

### *Focalisation sur l'écran et le texte*

En effet, que voit-on du texte dans ces films ? Plus largement, nous sommes partie du type de support représenté (le « produit ») pour décrire les différents documents qui pouvaient y apparaître (de la statistique, en passant par la vidéo). L'intérêt d'une telle approche est de distinguer de manière artificielle le support du texte, le texte apparaissant aussi bien dans le cadre qu'à l'extérieur du support. La description de la qualité de la multimédialité éventuellement en jeu permet alors de resserrer l'analyse : écran et imprimé, écran et son, imprimé et son, imprimé et téléphone.

A un second degré, la matérialité du texte est abordée par son caractère de lisibilité. Les circulations entre l'intérieur et l'extérieur du support d'inscription/d'affichage sont des items particulièrement intéressants pour analyser les évolutions dans les représentations du texte, notamment la manière dont est prise en charge la déliaison entre le support/la surface et l'inscription.

### *c. Machines, textes et énonciateurs*

Saisir les continuités, les discordances et les liens figuratifs entre les différents films sélectionnés repose sur une cohérence et une unité fondée, principalement, sur l'unité de la base documentaire d'images publicitaires de l'Ina. Du point de vue de la représentativité, il s'avère que celle-ci relève d'avantage d'une phénoménologie : ce corpus est constitué « à la main » en croisant différentes interrogations des index dans une base de données marquée par une incomplétude certaine. Il est bien évident que ce corpus ne dit rien de la place occupée par ces images dans les programmes et sur les écrans domestiques. Néanmoins, à l'échelle de cette recherche, il a permis de travailler et d'affiner des hypothèses initiales, de les nourrir et les enrichir.

### *Énonciateurs et bateleurs : entre la moulinette et le légume*

La distinction entre éditeurs/distributeurs de contenu et industriels technologiques est relativement ténue aujourd'hui, les industriels jouant particulièrement sur l'ambiguïté entre

leurs niveaux d'intervention. Les alliances entre les différents acteurs contribuent aussi à brouiller les pistes de même que l'introduction d'internet. Dans les publicités, les frontières entre éditeurs médiatiques semblent plus perméables contrairement au réseau Minitel pour lequel les publicités cloisonnaient les différents « éditeurs » (*Le Monde*, Universités, etc.). La puissance vantée des processeurs et des logiciels (« Microsoft ») croise des industries du contenu comme « Yahoo » avec des constructeurs. Ainsi, entre la moulinette et le légume, il n'est pas toujours aisé de différencier les niveaux d'intervention des entreprises.

### *Machineries*

Les objets représentés sont variés dans le corpus puisqu'ils vont des outils d'écriture comme la machine à écrire, au roman ou au journal. Nous n'avons intégré qu'à la marge la télévision, nous concentrant sur l'écran électronique comme cadre pour l'écriture et la lecture<sup>50</sup>.

Mais, de même que le livre peut être « élastique » et souple, vendu par lot et renvoyé à un objet plutôt qu'un texte, les machines informatiques et les écrans sont intégrés au texte et définis comme des objets à manipuler. L'appareil technologique est ainsi à la fois une *machine à texte* (à produire du texte en le calculant, en l'affichant) et une *machine à lire* (à manipuler, activer). L'innovation est valorisée par cette double fonction qui rendrait possible un nouveau type d'*interprétation/appropriation* et d'existence. En trente ans, ce modèle d'abord centré sur ce qui se produit à l'intérieur de la boîte (l'ordinateur traite des données et les représente sur l'écran en les concentrant dans un cadre), s'affine en montrant les échappées du texte hors du cadre, comme pénétrant l'esprit même de l'utilisateur/lecteur.

### *Le texte, une forme en cours d'inscription*

La présence du texte n'est pas forcément associée à l'imprimé et l'image animée permet aux publicitaires de mobiliser assez largement le registre de l'édition du texte : le livre peut être alors blanc, à *écrire* comme dans le cas des éditions Bouquin, *en cours d'inscription*, comme pour les machines à écrire avec écran et les premiers micro-ordinateurs. On peut également ajouter ici que les livres hybrides pour enfant (« électronique », « interactif ») en associant le son à la manipulation de boutons dans la page définissent aussi une activité de lecture fondée sur une certaine combinatoire du texte et sa production par la manipulation d'une « machine ». On observe dans le temps un détachement du texte de sa surface, figuré par la

---

<sup>50</sup> Voir sur la télévision (Gaillard, 2012).

représentation du lecteur/utilisateur dans le texte (le personnage « rentre » littéralement dans le texte, y participe) d'une part, et d'autre part, par des effets de superposition, de transparence de la matière. Le texte est agissant (sans lecteur) et flottant hors de son cadre (même si, dans une certaine mesure, il transporte avec lui ce cadre et l'évoque).

## 2. 1979 à 1988 : la machine avant la lecture

Cette première période est marquée par l'introduction démocratisée d'un outil de calcul et de gestion de l'information, l'écran étant le support permettant de contrôler/ programmer la machine (écrire un texte) et un espace d'affichage du texte produit par la machine (visualiser de manière graphique ou pré-éditée des données). L'ordinateur doit prendre place en société et l'esthétique de ces courts films publicitaires est particulièrement caractérisée par un régime d'explicitation du changement sociétal en train de s'accomplir. La « machine » s'intègre à des univers prototypés et le simplisme des saynètes semble servir un objectif de démonstration de la « rupture technologique ». Sans étonnement, c'est d'abord dans les lieux du travail que l'on trouve des écrans. Dans l'espace familial, le divertissement et le jeu sont les principaux thèmes découlant directement d'autres supports à écran, comme la machine à écrire jouet, ou des supports interactifs comme les livres sonores pour jeunes enfants. Les publicités pour des services minitel amènent également un troisième thème, celui de l'information, mais il est situé dans des espaces publics ou indéfinis.

### *a. Une esthétique de la rupture : expliciter la « révolution »*

La plupart des films publicitaires de la période semblent recourir à une trame humoristique et désinvolte, qu'il s'agisse de vendre des livres (Le Robert, 1983 ; La collection Série Noire de Gallimard, 1983 ; des annuaires) ou des machines à écrire (Olivetti, 1983). Le second degré de certaines des trames narratives des spots présentant des « machines à écran » converge plus largement avec un registre démonstratif basé sur la rupture technologique.

### *Entre désinvolture et révolution*

C'est principalement sur le mode de la « saynète » définie dans un lieu et un temps précis que ces films sont conçus. Les trois sous-corpus réunis font nettement apparaître cette caractéristique : le contexte en est presque identifiable et contemporain. Si les spots pour

l'imprimé sont souvent situés en extérieur ou dans des lieux publics, les ordinateurs n'apparaissent qu'en intérieur. Ainsi, le lecteur du dictionnaire navigue en barque sur un lac, le jeune enfant manipule un livre sonore dans un jardin, la ménagère évolue dans un espace pour des cuisines aménagées. Très clairement, les textes imprimés sont mis en scène de manière fantaisiste et surtout beaucoup plus libre : par exemple, « les Pages jaunes » servent au gentleman cambrioleur ganté à différentes requêtes, du larcin à l'appel à un avocat. De manière contrastée, les « machines à écran » font l'objet de mises en contexte explicites et non ambiguës, comme pour démontrer l'impact technologique et le tournant opéré. Mais la machine seule ne peut suffire à faire sa propre apologie et c'est à partir de mises en situation que la performance technique est dite et montrée, notamment par une séquentialisation en avant/après. Ainsi, des personnages humains incarnent dans ces saynètes des types d'usages en fonction de rôles sociaux préexistants qui seront bousculés par le changement technologique (*Illustration 23*).



Illustration 23. SOS Profs : service télématique minitel, 1988.

Dans l'*Illustration 24*, la mère de famille (et le repas qu'elle a préparé) est mise en concurrence avec l'ordinateur dont il est dit qu'il « vous accompagnera dans votre appétit d'apprendre ». Elle finit par sortir de ses gonds, interrompant l'alchimie père-fils qui se

produit autour de la machine (« complice »). L'écran devient l'espace de l'interaction : c'est en écrivant « A table » avec l'ordinateur, que la mère parvient à attirer l'attention.



Illustration 24. Philips : VG 5000 : Micro-ordinateur, 1984.

Dans d'autres énoncés, les rapports de pouvoir de la secrétaire et de son chef sont modifiés par l'appareil qui permettrait ainsi une forme d'émancipation de la secrétaire. Les dialogues entre les personnages, comme le récit visuel, sont généralement ponctués par la synthèse finale d'une voix off (résumant les quelques caractéristiques et rappelant la baseline) et d'une image isolant la machine du contexte prototypique.

### *La machine intelligente*

L'analyse met en évidence la figuration des corps des personnages, le plus souvent en entier, dans des plans d'ensemble ou rapprochés, extérieurs à l'écran. Ceux-ci sont majoritairement usagers de la machine (plutôt que démonstrateurs) et l'expérience présentée dans les saynètes doit rendre compte de la simplicité de la manipulation. Brancher une fiche, allumer l'ordinateur d'un seul doigt : aux hésitations initiales succèdent vite une dextérité et un usage avéré par l'affichage des textes sur l'écran, images de stabilité et de précision rationalisée. Car la machine calcule et « écrit » toujours juste et à propos, elle peut aider à trouver des solutions le cas échéant, elle est au service de l'utilisateur, patiente et intelligente. Elle peut parfois parler (*The Post Office*, 1980) : plus largement, elle constitue un des personnages énonciateur de ces spots, fonction qui disparaîtra dans les décennies suivantes. A la frontière entre robotique et cybernétique, la machine intelligente est bien un motif récurrent dans les années quatre-vingts. Sa présence est en elle-même un acte énonciatif : l'illustration ci-dessus souligne bien de quelle manière la machine fait signe en tant qu'objet (design et complicité) dans un espace connu (le « bureau » comme pièce et meuble) et en tant que support d'écriture (lettres

lumineuses sur fond noir, texte aligné), en attente (toujours là, sans faille) de son « maître » (Illustration 25).



Illustration 25. Olivetti ETV 3000,1984.

### ***b. Démontrer et constituer l'usage***

#### *L'écran et le travail : l'ordinateur centralise la multimédialité*

Le monde du travail est le décor principal de ces scènes répondant principalement à des usages professionnels (la machine est au service de l'efficacité). L'attente de l'appareil (« Elle est arrivée ? demande un salarié à la femme de ménage), sa mise en route manifestée par la lumière de l'écran s'effectue le plus souvent entre plusieurs personnages dont l'un va démontrer à l'autre (secrétaire, personnel de ménage, collègue) le pouvoir de la machine. La transformation du travail peut ainsi apparaître comme un fil rouge : l'ordinateur ou la machine à écrire électronique permettent d'accéder à plus de rapidité et de stabilité notamment dans les activités d'écriture (modèles de lettre, réalisation de diagramme) ; le salarié lui-même est transformé, plus serein et détendu (Apple). Resté au bureau tardivement, un cadre peut alors composer une lettre de réclamation pour rendre service à sa femme de ménage, mettant graphiquement en forme les éléments chiffrés de l'argumentaire, qu'il imprime ensuite (Rank

Xerox, 1987). Rendu plus disponible (humain) par le temps libéré, le personnage a également prise sur la gestion des supports d'inscription : pensée et édition s'effectuent en même temps ; une seule version finale est imprimée, parfaite. Les processus d'écriture eux-mêmes sont redéfinis puisque le brouillon, la reprise et la réécriture disparaissent. L'ordinateur absorbe ici toute forme d'hétérogénéité entre texte numérique et texte imprimé : le cadre de l'écran réconcilie deux formats et deux matérialités.

La publicité pour le Macintosh d'Apple en 1986 reprend exactement ce scénario en l'articulant avec le motif de la révolution technologique (*Illustration 26*) : deux textes sont comparés par Gutenberg lui-même, l'un imprimé avec la machine de Gutenberg, l'autre édité et imprimé avec un Macintosh. Symétrie du contenu (Lettre de Gutenberg et Lettre d'Apple), symétrie parfaite de l'image du texte (caractères et mise en forme) sur écran comme sur papier, le dernier geste de Gutenberg qui est de brancher l'ordinateur à sa propre machine souligne très nettement que l'écran est le lieu du pouvoir (pouvoir éditer soi-même) et non plus l'impression qui en dépend (Souchier, 1996).



00:10,21



00:15,01



00:17,02



00:17,02



Illustration 26. Apple : édition/informatique/Macintosh, 1986.

L'écran fait office de cadre centralisateur de la multimédialité, lieu de contrôle du format et de maîtrise du document dans les scènes de bureau : si le papier et l'écran sont presque toujours représentés conjointement, c'est selon un rapport hiérarchique servant le plus souvent à démontrer la supériorité de la machine. Ainsi, les rayonnages sont vidés, désignant le pouvoir intégrateur de la mémoire informatique et de son organisation documentaire. Plus de livres ni de vieux dossiers, pas encore de documents imprimés : le texte sur écran est, dans ces deux images, le seul déjà *inscrit*.

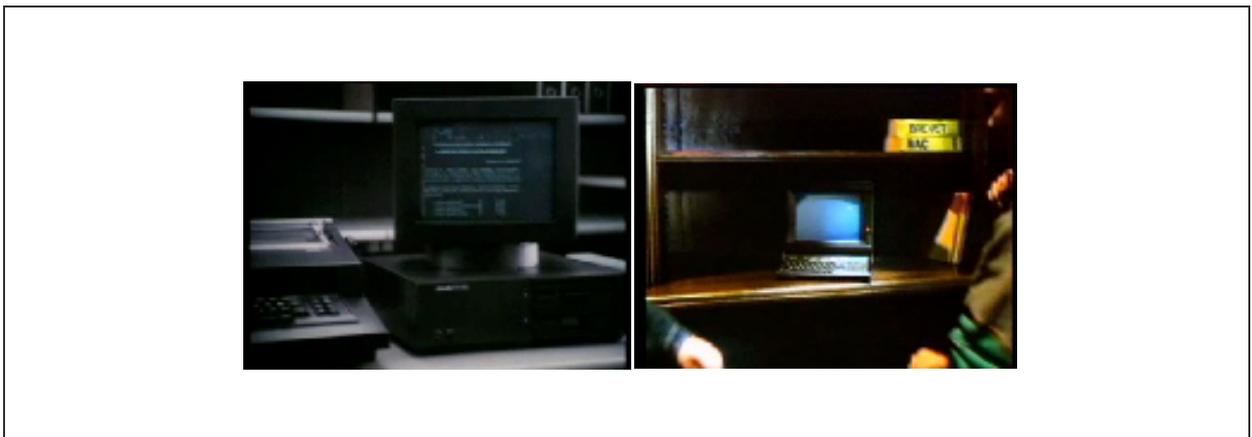


Illustration 27. Olivetti ETV 3000, 1984 et SOS Profs : service télématique minitel, 1988.

*Le pouvoir du calcul : ordre, calme, facilité vs feuille*

On l'a vu : les scénarios publicitaires reposent pour une grande part sur des oppositions et des comparaisons souvent caricaturales et figurées. Le papier et les appareillages de son rangement et archivage sont alors littéralement « jetés par la fenêtre » comme dans l'illustration ci-dessous (Illustration 28) : l'écran affiche des graphiques mettant en ordre l'empilement des documents papiers, leur poids et leur incapacité à produire du sens. Devant

l'écran, le personnage de face est concentré (centré sur un seul point), tandis que son bureau est vidé par la femme de ménage, sans tri ni conservation future.

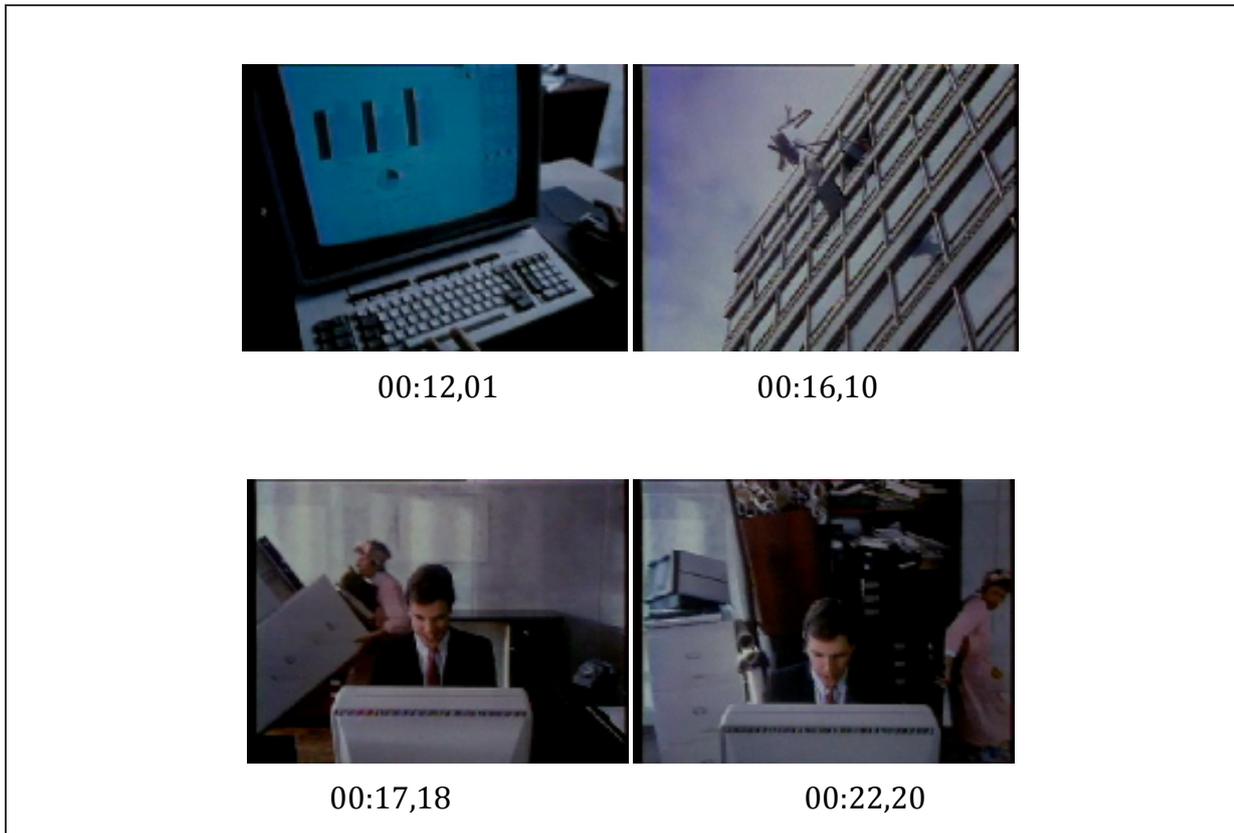


Illustration 28. Xerox : Xerox 6085 : micro-ordinateur, 1986.

Cette même figure de l'enfouissement et de l'incapacité humaine à appréhender la masse documentaire papier est développée pour un service minitel immobilier (Illustration 29). Le « saut technologique » réalisé par le personnage le sauve alors de l'étouffement.

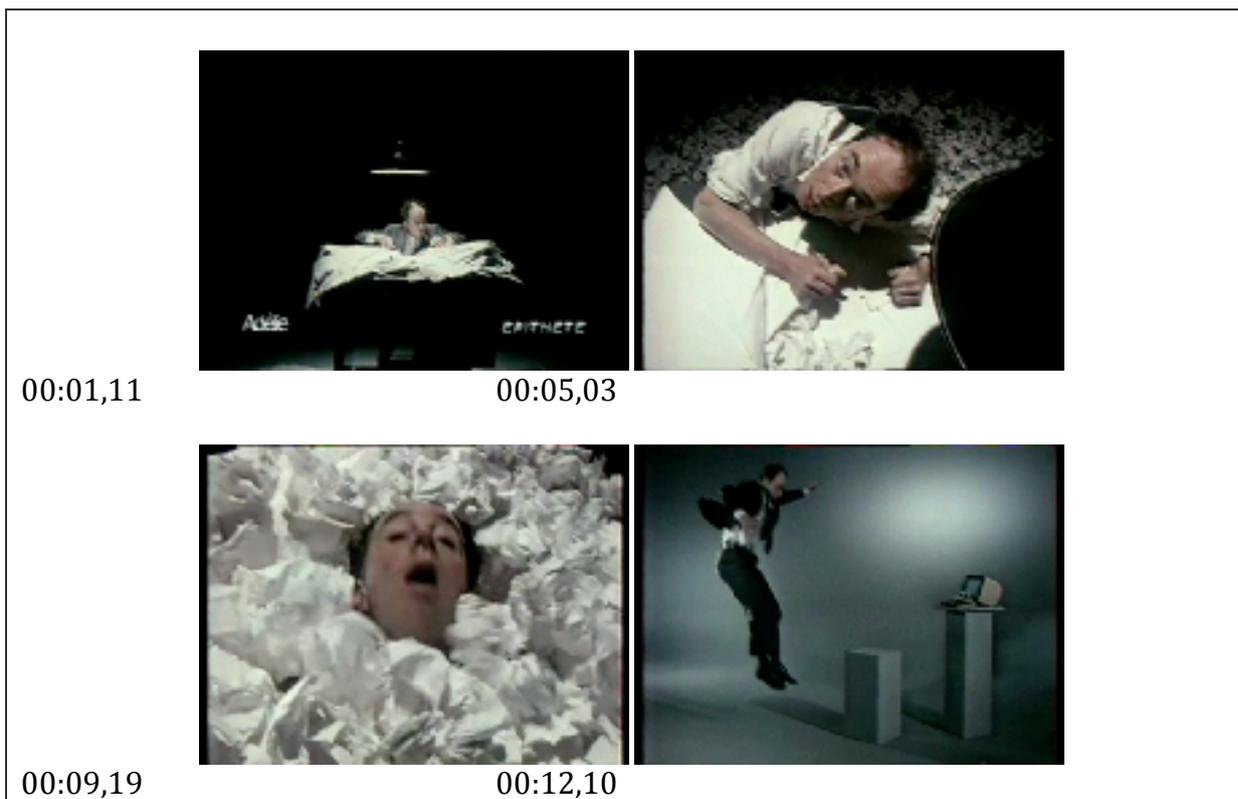


Illustration 29. Hestia : service minitel immobilier, 1987.

### *Le monde (de l'écrit) d'avant, celui d'après*

Que montrent les écrans représentés ? Pour une grande partie d'entre eux, les textes ne sont pas lisibles et se présentent majoritairement comme une « image » : statistiques, listes et lignes non alignées couleurs, fond noir ou bleuté : une image du texte numérique s'élabore là, caractérisée par une certaine instabilité. Quand il est lisible, le texte est morcelé, en cours d'écriture ou d'édition et il apparaît toujours comme le fragment d'un ensemble non appréhendable, en dehors de la page définie dans le cadre : sans genre (à la différence de l'imprimé qui manifeste par sa forme son appartenance générique au roman ou à la presse), sans identité, le texte à l'écran constitue alors une surface inscrite dévoilant un morceau de la boîte « grise » de la machine à calcul. Comme le révélateur photographique, l'écran semble faire apparaître un texte enfoui, de la même manière que ce texte s'afficherait comme la voix de la machine intelligente.

Ainsi, la culture de l'écrit qui se configure dans ces publicités est marquée par la double ambition de dire la surface en même temps que la profondeur (l'épaisseur). Devant cette difficulté, Apple détourne la forme publicitaire elle-même en réalisant une série de spots qui ne montrent pas la machine, ou bien alors éteinte. L'Illustration 30 place le téléspectateur en

voyeur d'une scène derrière une vitre et des rideaux qui font en partie écran. L'esthétique cinématographique évacue le produit et le replace dans une fiction en immergeant le téléspectateur. L'ordinateur permettant le télétravail réalisé dans une maison à Malibu apparaît dans la dernière image, éteint, mais bien au premier plan.

Le registre intimiste et confidentiel entre deux professionnels est caractéristique du discours d'Apple qui revisite les motifs de la fiabilité et la révolution sociétale en les transformant en signes de distinction. Dans un autre spot, deux cadres supérieurs échangent à propos d'un document imprimé, assis dans un avion : l'ordinateur n'est jamais montré et reste dans l'ombre.



Illustration 30. Macintosh Malibu, 1988.

*In fine*, l'usage de la machine est celui de l'initié innovant, l'écran devenant complice d'une pratique secrète et individualisée qui est à la fois complètement intégrée à la vie quotidienne (une table, une pile de livres) et totalement révolutionnaire (Illustration 30). Le voile visuel créé par le rideau, redoublé du filtre sonore produit par le bruit de l'océan, attirent l'attention du spectateur sur une valeur singulière de l'appareil : son appropriation. En nécessitant un effort du regard, la scène qui apparaît dans les cadres des portes-fenêtres, en pleine lumière mais voilée, semble supposer une pratique avertie et experte.

### *c. La fabrique d'une narrativité de la lecture médiatisée*

La mise en perspective de sous-ensembles de publicités entre eux a permis de considérer les procès narratifs en les croisant en fonction du type de support, imprimé ou écran. Relativement sommaire, cette distinction s'appuie sur les particularités plastiques, figuratives et séquentielles des différents spots et leur comparaison. En filigrane, on perçoit alors les prémices d'une esthétique des représentations de la pratique de l'écran et de la lecture sur écran. Deux motifs nous intéressent plus spécifiquement : le premier installe un rapport du corps au texte fondé sur la manipulation ; le second définit une rhétorique de l'interactivité.

#### *Le corps décomposé : tourner, pousser, lire*

Si les publicités de la période analysée présentent presque toujours des personnages incarnés dont les corps sont le plus souvent montrés en pied, le montage associe également à ces plans d'ensemble ou rapprochés des zooms et des plans en plongée sur certaines parties du corps et du support. Or, ces alternances entre mise en contexte et focalisation sur des éléments de détail sont absentes des publicités pour les livres et apparaissent quand le support du texte est également l'outil de sa lecture. Pour exemple, on peut citer l'annuaire des Pages jaunes dont l'organisation documentaire constitue le point central de sa promotion, et qui met en scène la recherche par un zoom sur des mains d'homme : celles-ci feuilletent, soulignent avec le doigt pendant qu'une voix intérieure lit le texte.

Le travail du montage entre plans serrés et plans d'ensemble semble spécifique de la publicité pour des produits « objets », le télé-achat étant un modèle du genre. Soulignons ici que la monstration des procédures et manipulations est principalement réduite à une main pianotant sur un clavier ou la souris (Illustration 26). Les corps représentés se démembreront ainsi en raison de ces focalisations sur l'appareillage du texte, ordinateur, livres interactifs ou livres pratiques. De manière peu surprenante, ce sont les mains et le haut du corps qui apparaissent dans ce démembrement, à l'inverse de l'œil et du visage. La manipulation des supports informatiques reste sexuée (le corps d'un adulte masculin pour la majorité), et relativement éloignée du texte (sa production, sa lecture) en raison des interfaces que constituent la souris (on ne voit pas le pointeur se déplacer sur l'écran, par exemple) et le clavier. Pourtant, les publicités pour les « livres » vont faire apparaître un deuxième motif autour des livres pour enfant dits interactifs.

### *La rhétorique de l'interactivité*

Les livres animés et sonores constituent une part conséquente des spots analysés pour le corpus « imprimé ». A mi-chemin entre le jouet et le livre, ceux-ci sont investis de la double fonction de conduire à l'apprentissage de la lecture et au goût du livre, comme les albums ; également, ils remplissent un rôle d' « interlocuteur » avec l'enfant par le son ou la lumière, ce qui relève d'une troisième fonction. La lecture est ainsi accompagnée, voire scénarisée (jeu de question - réponse pour un imagier) par le biais de voix enregistrées et de l'activation de boutons à pousser. Ces livres diffèrent des livres-cassettes (lecture pré-enregistrée) car c'est bien la page qui réagit à la manipulation, et non un appareil magnétophone dissocié. Les scènes de lecture sont relativement classiques : un enfant sur les genoux de ses parents ou bien encore l'enfant seul, dans un jardin. A ces scènes prototypiques, sont intercalées des focalisations visuelles rendant compte du parcours de lecture dans le livre (zoom sur les mains et les détails du livre) et sur le visage de l'enfant pour en montrer les réactions, ponctuées par les réponses sonores de l'objet. La mise en scène de ces livres croise ainsi le modèle de l'imprimé et de sa lecture, immersive et évasive, et celui de l'informatique qui repose sur une combinatoire et la manipulation d'une machine intelligente (ce que finalise par exemple les « Ordi » de Nathan, entre jeu de société et encyclopédie électronique).

De fait, à la mesure des innovations technologiques du secteur de l'informatique et du logiciel, certains éditeurs pour la jeunesse proposent de nouveaux produits qui *miment* les nouveaux supports de l'écriture et de la lecture qui commencent à apparaître dans le domaine du travail et les foyers domestiques et les adaptent aux attentes des prescripteurs : la part culturelle de la lecture est réinterprétée ici en lecture médiatisée, même rudimentaire.

### 3. L'émergence du texte numérique comme figure, 1989-1998

Les années qui suivent voient deux changements majeurs dans les tendances observées pour les années quatre-vingts. Les thématiques contextuelles des publicités évoluent en laissant une part mineure au monde professionnel ; surtout, c'est le statut du texte numérique qui est totalement bouleversé, celui-ci devenant peu à peu auto-énonciateur.

#### *a. La mutation des scènes*

##### *La quasi-disparition de la scène professionnelle*

Si la mise en contexte des produits par des saynètes ne disparaît pas du paysage, la place occupée par le thème du travail chute assez brusquement dans l'ensemble du corpus. Pour le sous-corpus portant sur les écrans, le pourcentage des scènes situées dans un bureau passe de 56 à 4%, les interactions entre collègues de 44% à 4%, de même que les synopsis décrivant des usages professionnels (28% des notices dans la décennie antérieure). Bien sûr, il ne peut échapper que si l'association bureau/ordinateur ne perdure pas, c'est en partie pour des raisons économiques et structurelles : certains constructeurs vont se spécialiser dans l'équipement des entreprises (IBM, Dell) et la capacité individuelle à apporter l'innovation dans l'entreprise perd du terrain en raison du cadrage de l'équipement en interne. Seules les petites PME et les indépendants restent les cibles de spots mettant en scène des modèles de travail innovants (bureau à domicile, télétravail, mobilité sur le terrain) et des usagers patrons (ateliers d'artisans et PME). Par quoi est remplacée cette thématique ? Si les scènes domestiques sont plus importantes, l'écart n'est pas suffisant pour expliquer le changement et c'est principalement le synopsis de l'apprentissage (langues, information, lecture, apprentissages scolaires) qui prend le relais.

##### *Apprendre, s'informer par tous les sens : l'avènement multimédiatique*

Explosion démocratique, changement de cible : en rentrant de manière plus large dans les foyers, les ordinateurs s'apparentent à un nouveau meuble, auquel il faut trouver des fonctions qui servent largement les membres de la famille traditionnelle. La palette en est restreinte et

associée à des rôles familiaux bien définis : aide aux devoirs, jeux vidéo, tableurs pour les comptes domestiques et les rapports professionnels. Les ordinateurs deviennent des objets noyaux, qui peuvent servir à visionner des cd-roms culturels et à partir des années quatre-vingt-quinze, internet.

Deux phénomènes sont notables : d'abord, s'opère un glissement entre les annonceurs. Les fournisseur de contenu et les éditeurs sont des énonciateurs plus présents pour différents marchés, celui du cdrom culturel et encyclopédie, celui des méthodes d'apprentissage des langues. La cible des enfants en âge scolaire est particulièrement visée à partir d'un double discours école/domicile. L'écran devient un espace de médiation non seulement au niveau des contenus mais aussi entre deux univers, l'école et la maison (Amstrad). Ensuite, dès le milieu des années quatre-vingt-dix, la dimension multimédiatique des offres est renforcée, soit par le biais de supports hétérogènes cumulés (livre + cassette + vidéo/cdrom), soit par l'écran qui fait converger tous les formats.

Du livre à l'écran, les scènes de lecture se modifient comme dans la publicité suivante pour une encyclopédie Hachette (on peut lire ensemble ou regarder une cassette vidéo, mais l'ordinateur est à usage individuel).



00:12,02



00:13,21



00:14,20



00:16,19

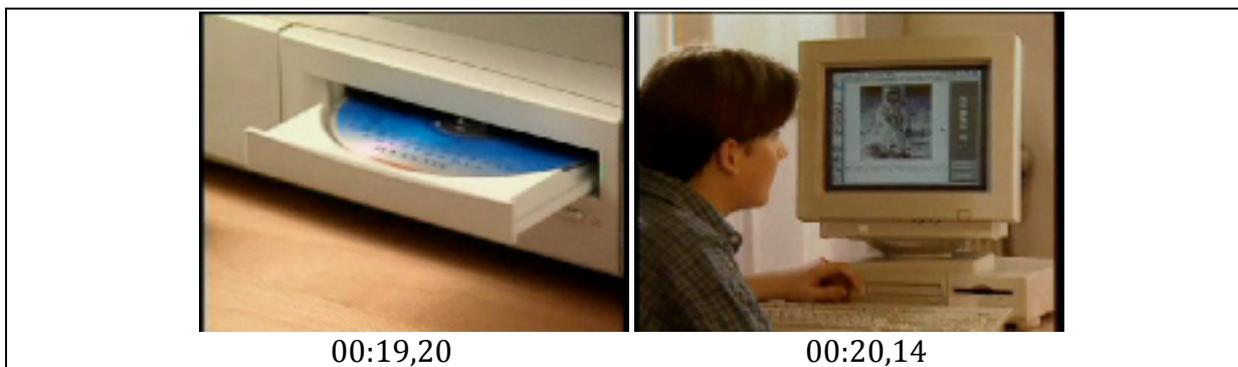


Illustration 31. Encyclopédie multimédia : Le père et le fils, 1996.

Dans l'illustration qui suit, plus de transition entre imprimé et écran (Illustration 32).



Illustration 32. Nouvelle encyclopédie Atlas, 1998.

Le logo de l'éditeur est transformé en sphère (l'Atlas) composée d'écrans animés (et semblable au mur d'écrans des studios de télévision), présentant images animées, articles écrits, fenêtre d'interrogation de moteur de recherche web. L'objet cd est montré en dernier lieu : il est la dernière trace d'un lieu d'inscription du texte hors de l'écran.

*L'abstraction du contexte et la machine remplacée par le texte*

Alors que la montée en puissance des représentations de la dimension « multimédia » du texte numérique fonde le définit selon une qualité qui est celle de l'hétérogénéité sémiotique, une

évolution des figurations des supports de l'écrit dont l'écran mérite notre attention. Moins de scènes de bureau, et moins de scènes tout court : des scènes abstraites (Illustration 32) ou centrées sur l'écran ou le texte forment de nouveaux types d'iconographies. Aux sketches théâtraux qui animaient les spots de la décennie antérieure, succèdent des vidéoclips moins narratifs et peu situés qui énumèrent des situations prototypiques d'usage (Amstrad) ou s'appuient sur des figures métaphoriques, images d'images des écrans comme le fait Apple en 1994 (Illustration 33).

Dans ce spot, est réuni un imaginaire de la technologie par le collage d'images extraites de films futuristes des années cinquante, le tout sur une musique guillerette. L'innovation technologique est moins présente dans l'ensemble des documents : ci-dessous, le Powerbook d'Apple est représenté par une succession rapide de graphiques colorés et ainsi opposé à une mythologie du futur composée de robots maladroits et de véhicules supersoniques : on ne verra pas l'ordinateur, ni même son écran.



Illustration 33. Souvenez-vous du futur, 1994.

Le futur, c'est donc le texte numérique, même si dans l'exemple, ce texte renvoie encore au calcul statistique. Il apparaît ainsi dans l'ensemble du corpus que les graphiques statistiques sont beaucoup moins présents.

Ce premier point conduit à une synthèse : le texte à l'écran acquiert un nouveau statut puisqu'il est moins accessoire. Sa lisibilité est plus forte (on passe de 33% des textes non lisibles sur écran à 15%) et il peut dès lors constituer une scène à part entière. Le cadre de l'écran est le nouveau format du texte, comme ceux des fenêtres des logiciels qui semblent pouvoir contenir le monde, à l'infini de leurs enchâssements.

***b. L'image du texte écran : le temps de la consolidation***

*Disparition des corps et personnages dans le texte : la scène est l'écran*

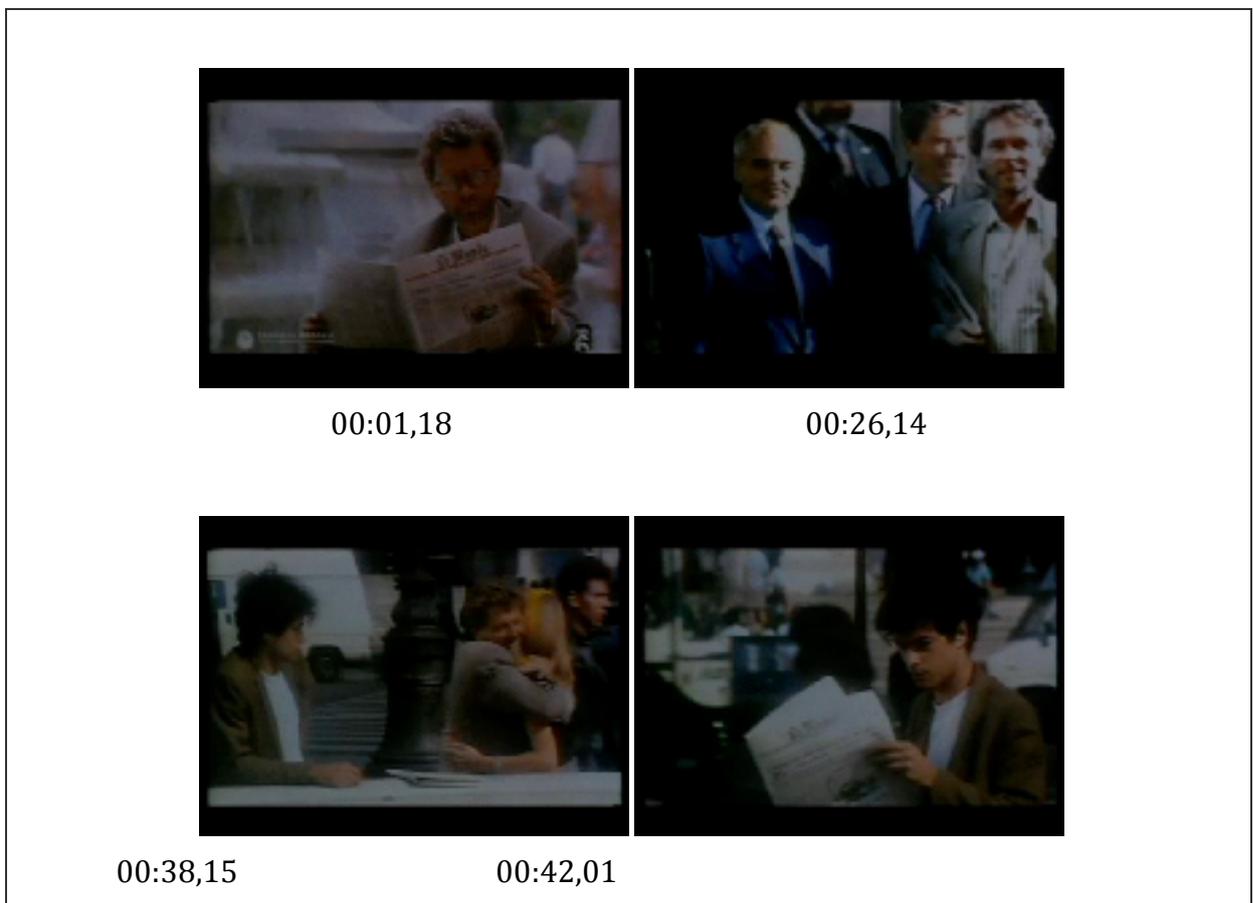


Illustration 34. Le Monde : journal presse, 1989.

En 1989, *Le Monde* promeut sa nouvelle maquette colorée sur un fond musical et politisé<sup>51</sup>, après l'installation de nouvelles rotatives couleur offset et l'informatisation du système rédactionnel. Dans le spot, la lecture est mobile et dynamique, le lecteur pris physiquement dans l'événement au sens propre du terme : il traverse des images d'actualité et s'y intègre pour quelques instants avant de laisser le journal que prend un autre lecteur, plus jeune. Le déplacement du corps suggère le parcours de l'œil sur la page, entre les rubriques : il s'agit d'une lecture immersive d'un texte faisant image, évoquant un autre média, la télévision. Le corps du lecteur est hors du cadre de la maquette, libre.

A l'examen comparatif des sous-corpus « écran » et « imprimé », on observe une nette diminution de la figuration du corps. Celle-ci se manifeste par des corps fragmentés (les représentations des corps entiers passent de 48 à 25% pour l'écran, et de 52 à 18% pour l'imprimé) notamment sans visage, mais surtout par une disparition de l'incarnation d'un usager ou d'un lecteur par la figuration de son corps. Restent les voix, qui sont représentatives d'une tendance inverse qui attribue le rôle principal à l'humain : les machines disparaissent en tant qu'énonciateur et interlocuteur.

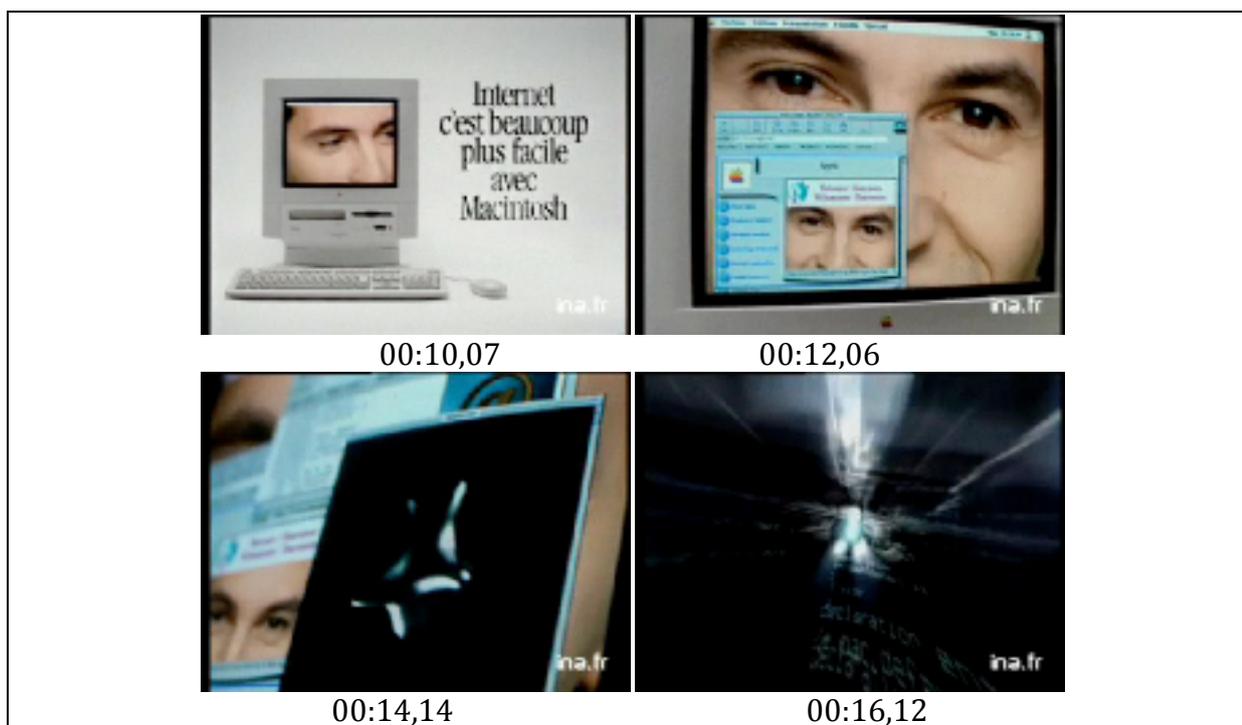


Illustration 35. Macintosh internet, 1996.

<sup>51</sup> La musique est la chanson de Louis Armstrong, « What a wonderful world » datant de 1967 et reprise en 1987 pour le film *Good Morning, Vietnam* de Robin Williams.

Le lecteur pénètre littéralement le cadre de l'écran dans l'exemple ci-dessous et figure le médiateur/démonstrateur (qui montre, accompagne – le logiciel Netscape) entre la machine et internet. Parce qu'il fait cadre, l'écran emboîte complètement scène d'énonciation et énoncé. Le texte, présenté comme infini, est celui accessible par le réseau internet et l'on peut percevoir dans les dernières vues qu'il éclate littéralement, l'œil étant conduit à l'intérieur du cadre de la fenêtre logicielle dont la perspective est modifiée et détachée du moniteur. Le zoom in accompagne, comme dans un trou noir, le regard du futur lecteur d'un texte auquel il appartient.

*La monstration de la lisibilité : la lecture sémiotisée par la représentation du texte dans le cadre*

Cette intégration à l'intérieur de l'écran de la scène même, s'accompagne ainsi de focalisations sur le texte qui devient lisible et identifiable. Si le corps d'un lecteur n'est pas représenté ou à l'intérieur du support lui-même, sa lecture apparaît en filigrane à partir de ces traces d'usage. L'innovation qu'est internet infléchit les représentations du texte numérique, moins focalisées sur l'appareil (encombrant, lourd et peu esthétique) et sa manipulation physique. Ce déplacement de la corporéité dans les images publicitaires souhaite oublier le corps et se concentre sur une sémiotisation de la lecture en acte. Premièrement, il s'agit de montrer un texte lisible et s'auto-désignant comme tel. Deuxièmement, il s'agit de familiariser l'utilisateur avec une nouvelle culture du texte et de l'inscription. La publicité suivante montre également un troisième niveau de la lecture par son fond sonore (le bruit du modem et de la connexion, le clic de la souris) et les effets de transitions dans le montage qui scénarisent une recherche sur le moteur Yahoo (Illustration 36).

La lisibilité dépend de la connexion au réseau et de la capacité du logiciel à afficher les textes/images. De manière efficace et cadencée, un lecteur idéal active le texte : défilement vertical de la page, parcours horizontal d'un diaporama d'images, jusqu'au texte final « jusqu'où irez-vous ? », dont l'adresse directe fait de l'écran la surface d'apparition de toute chose.

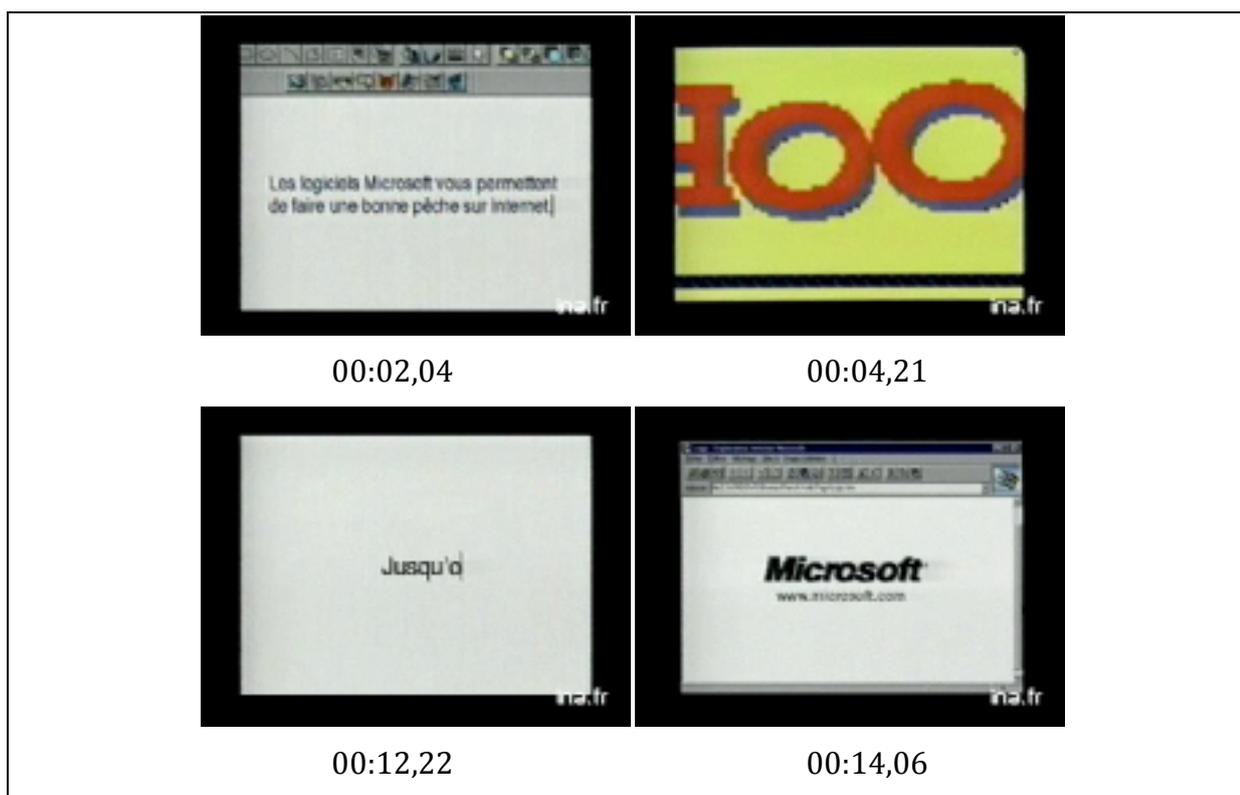


Illustration 36. Internet Microsoft, 1996.

Les imaginaires de la société de l'information nourrissent ainsi de nouvelles iconographies focalisées sur le texte numérique. Reste des « scènes de lecture » classiques dans les publicités pour d'autres produits que les supports du texte, de Burger King à Pur Soup. L'imprimé y est alors l'accessoire d'une posture d'ennui (surtout en bibliothèque) ou d'occupationnel.

### ***c. La fascination pour un nouveau modèle du texte : transparence et profondeur***

Les transports entre imprimé et numérique sont un des aspects d'une augmentation globale de la représentation de la multimédialité dans les publicités du corpus. L'imprimé évacue la page et comme dans la publicité pour Le Monde (Illustration 34), on assiste le plus souvent à la représentation de l'univers de l'ouvrage, le livre présenté en dernière image restant fermé. Mais quand les deux matérialités, papier et numérique sont réunies, la page de l'imprimé est à nouveau saisie comme une forme fédératrice, partageable. Retour à la page, laissée en suspens jusqu'à ce que la matérialité numérique en réhabilite la forme, la réfléchisse en se situant par rapport à elle.

### *La « profondeur » du texte*

Un premier niveau de cette réflexivité découle directement des énoncés antithétiques relevés dans la période précédente, opposant numérique et papier autour des thèmes de la perte, de l'étouffement, opposés l'ordre et à la synthèse. La page est, d'abord, définie par les cadres des fenêtres des logiciels : or, comme le montrent les exemples précédents, ces cadres peuvent faire l'objet d'une manipulation graphique qui en modifie la perspective et l'angle. S'élabore ainsi une véritable esthétique de la page numérique fondée sur la transparence, la profondeur et la redéfinition du *plan*. Les superpositions ou empilement de ces cadres, leur mouvement et leur enchâssement, les animations contrastées et non synchrones des textes qu'ils affichent (Atlas) semblent converger pour souligner deux choses. D'abord, le texte est infini. Ensuite, sa profondeur est ordonnée, calculée et en cela diffère de l'épaisseur de l'imprimé (la pile de papier) qui peut rapidement se convertir en chaos. La revue de presse est une pratique documentaire qui nécessite une gestualité fondée sur la sélection, le découpage et le classement et le collage : la transformation en une textualité numérique est sémiotisée dans l'exemple ci-dessous par une véritable absorption du document/fragment (Illustration 37). L'animation montre un minitel glouton qui aspire les pages, ici illisibles, mais dont on reconnaît les maquettes variées et l'hétérogénéité des formats.

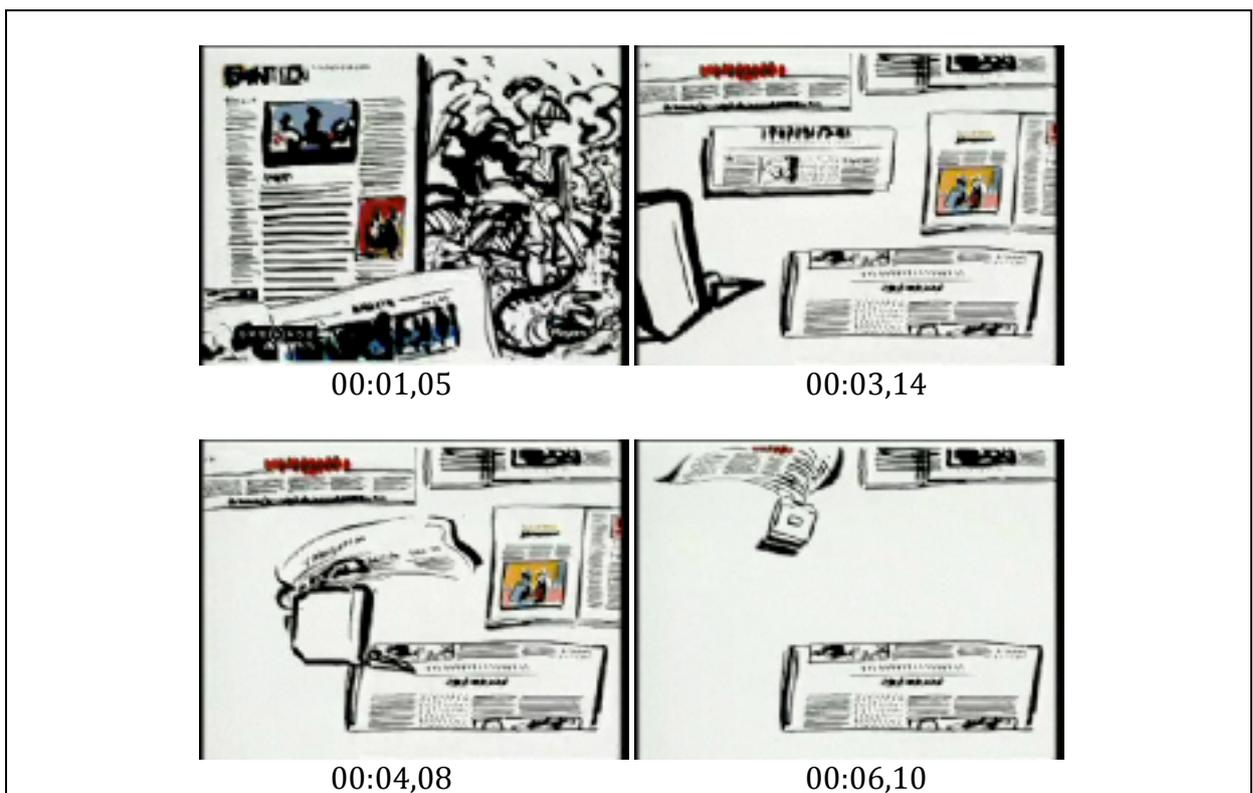


Illustration 37. Revue presse : Le minitel, 1995.

Pas de lecteur, pas d'usager du service : le texte numérique, suggéré par la seule présence de l'écran de l'appareil est un texte agissant (il se nourrit lui-même, s'actualise) et organisé. Mais sa lecture n'est plus orientée, ni verticale, ni horizontale : la lecture définie ici est d'abord celle de la profondeur, contre la surface.

*La page : de la surface à la strate*

Cette esthétique de la profondeur mobilise une figure particulière de la textualité numérique, qui migre aussi dans des publicités pour des textes imprimés. La collection Que Sais-je ? donne ainsi à voir son ampleur en affichant des pages écran, « strates » de texte numérique présentant des listes (non lisibles) d'entrées encyclopédiques, qui, sans cesse, se superposent les unes aux autres (Illustration 38). Modernité de l'accès documentaire ? Critique du format numérique peu attrayant et lisible en regard du format « de poche » ? La textualité numérique représentée est en tout cas celle de la liste (ici de l'index) et son épaisseur impalpable : les pages, transparentes, se remplacent dans l'écran.

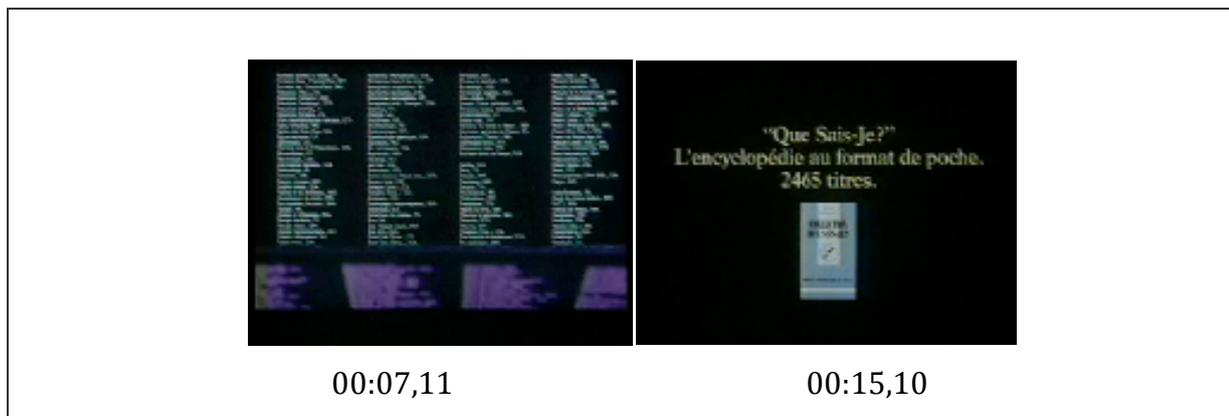


Illustration 38. Que Sais-Je ? : encyclopédie format de poche 2465 titres, 1991.

Le second exemple soulève une autre interrelation entre ces deux médialités. La couche est ainsi scénarisée à partir de la gestualité de la lecture du papier.

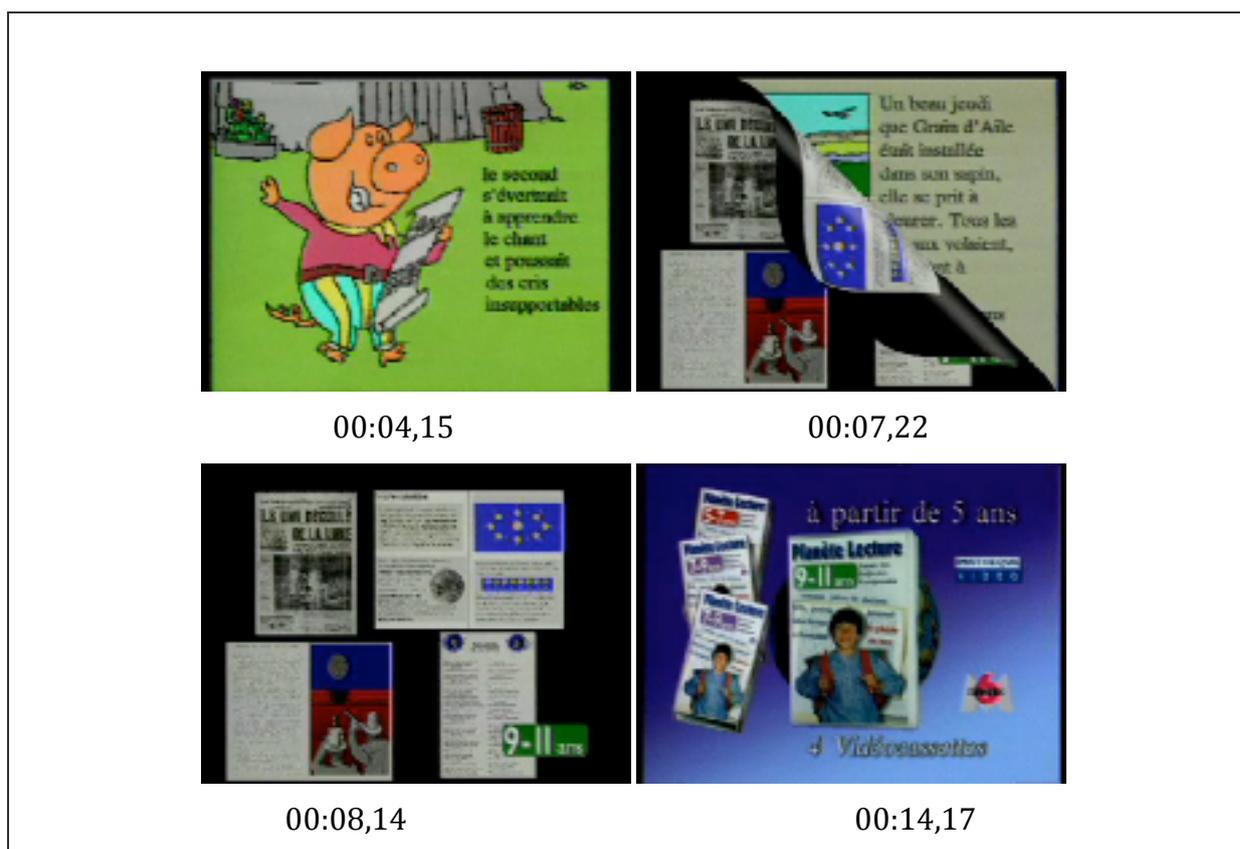


Illustration 39. Planète lecture : Planète : version 15'', 1997.

Il s'agit de vidéos : le spectateur assiste à une animation qui entremêle plusieurs niveaux d'images de la page. D'une part, la page filmée apparaît entière, le texte redoublé par une voix lectrice. La vidéo souhaite intégrer ici le texte à voir et à entendre, comme pour contourner une « facilité » ou un « oubli » du livre par l'écoute seule. D'autre part, est disposée sur un fond noir un ensemble d'extraits de texte identifiables d'abord par leur image (presse, texte officiel, etc.) pouvant rappeler un manuel scolaire.

Le texte numérique prend alors son autonomie : il peut exister seul, sans l'imprimé mais il a encore souvent besoin d'un lieu d'inscription, le cdrom ou la cassette vidéo. Le réseau internet modifie ce registre en définissant une modalité de la textualité numérique délimitée par l'écran. La décennie suivante affirme cette modalité, en faisant du cadre de l'écran un opérateur sémiotique du texte qui peut s'abstraire de l'appareil/moniteur.

#### 4. Usages spectaculaires : pouvoir d'ubiquité et transmédiaticité des textes et des corps, 1999-2009

Trois axes organisent cette dernière période qui recouvre un peu plus de dix années. Le premier axe pointe une dimension du discours publicitaire qui, entre 1999 et 2009, revient sur l'écran et la machine en soulignant sa technicité, particulièrement réactivée par l'introduction de nouveaux appareils sur le marché. Le deuxième axe décrit une dimension de la spectacularisation de ces innovations qui est centrée sur la manipulation, déplaçant le rôle du spectateur de la publicité : l'écran est intégré à un spectacle composite, celui de la vie/monde dont le spectateur contemple une description. Enfin, le troisième axe se concentre sur la forme écran que les images publicitaires de cette décennie radicalisent en lui attribuant la capacité d'ordonner un texte qui serait la « vie » même, le monde social. L'« affichage » du texte devient de ce fait un motif énonciatif qui innerve aussi bien les films publicitaires pour les outils numériques que pour l'imprimé, principalement la presse. Il rend palpable la circulation et l'édition : cet affichage, parce qu'il est dynamique (en train d'avoir lieu) renvoie directement à la lecture, orientée et située.

##### *a. Innovations techniques et performance éditoriale*

###### *Performance technique et éditoriale*

La mythographie associée aux technologies numériques évolue fortement au cours de cette décennie. Moins centrée sur l'apprentissage et l'accès à l'information (la présence de ces thématiques dans le corpus d'ensemble baisse jusqu'à moins de 10% d'occurrences), ce sont principalement les thèmes de la performance technologique et de l'évasion qui apparaissent comme des motifs narratifs centraux. Ainsi, le sous-corpus « écran » comporte 66% de notices faisant référence à leurs capacités technologiques. Dans une certaine mesure, on peut supposer que la complexification des types de technologies a été accompagnée par une montée en compétence des futurs utilisateurs. La mention des différents composants des appareils et de leurs capacités techniques est fréquente, néanmoins cette puissance suggérée est contrebalancée par la démonstration de la performance éditoriale : la synchronisation des appareils entre eux, la communication des textes sont données à voir selon une poétique de la circulation qui souligne particulièrement la mobilité. Ce dernier thème apparaît ainsi comme un motif nouveau.

La présence des ordinateurs baisse assez radicalement entre 1999 et 2004, contrairement, et sans surprise, à la téléphonie mobile. La rupture est engendrée par l'interconnectivité grandissante des supports numériques entre eux : le « meuble » qu'est l'ordinateur des années quatre-vingts, situé dans une scène close et intérieure est un motif absent des publicités du début du XXIème siècle.

En 1999, le constructeur Samsung vantant les mérites de ses appareils préfigure des représentations du texte qui sont concentrées sur sa circulation et son « déplacement », dernier avatar de la « dématérialisation » (Illustration 40). Dans cet exemple, un lien est effectué entre différents supports numériques (par le ruban du texte, en transparence) et non plus entre le numérique et l'imprimé. « Transmédia » et non plus multimédia selon les termes des professionnels, le texte à l'écran accède, au cours de cette décennie, à une autonomie qui en fait le concurrent éditorial de l'imprimé.

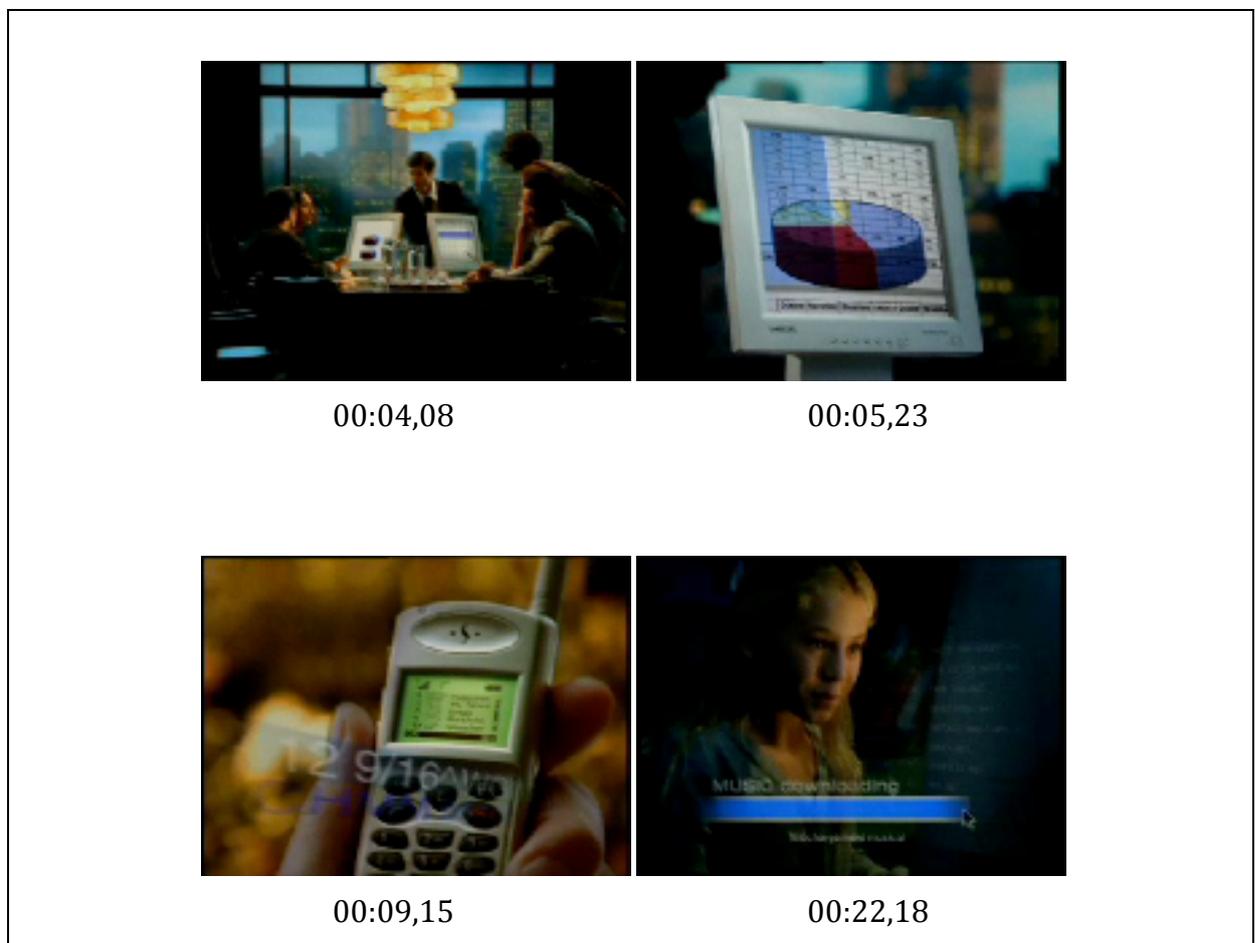


Illustration 40. Samsung : Institutionnel, 1999.

### *Mobilité et ubiquité : le nouveau modèle social*

Poursuivons avec ce même exemple : le texte qui « court » dans l'ensemble du spot fait lien entre des lieux et des individus : mobilité du texte, d'une part, mais aussi des corps. On monte dans des voitures, on court, on prend l'avion, le train, des bateaux sur des fleuves lointains. Etre là et ailleurs grâce aux technologies numériques : on voit combien le lieu commun de l'ubiquité est prédominant à partir de 2004, les scènes situées en intérieur marquant un net recul dans notre corpus. Les opérateurs téléphoniques initient ce modèle et l'articulent aux thèmes du lien social, de la séparation et de la communication, s'appropriant singulièrement la théorie du village global de Mac Luhan. Les corps des utilisateurs sont donc représentés, évoqués : il paraît nécessaire de rattacher à nouveau les textes à des usages, par exemple celui du couple séparé par la vie professionnelle. Le montage rapide de micro-scènes de vie permet ainsi de réaliser une sémiotisation de la simultanéité, gommant les activités d'écriture et de lecture. Moins démonstratives et plus allusives que pendant la première période analysées, les saynètes redeviennent jusqu'en 2008 une des figures principales de l'esthétique publicitaire pour les technologies à écran (couple, etc.). Dans le spot pour le Blackberry, le personnage féminin assis *traverse* littéralement le mur, libéré des contraintes spatiales et de son corps (Illustration 41).

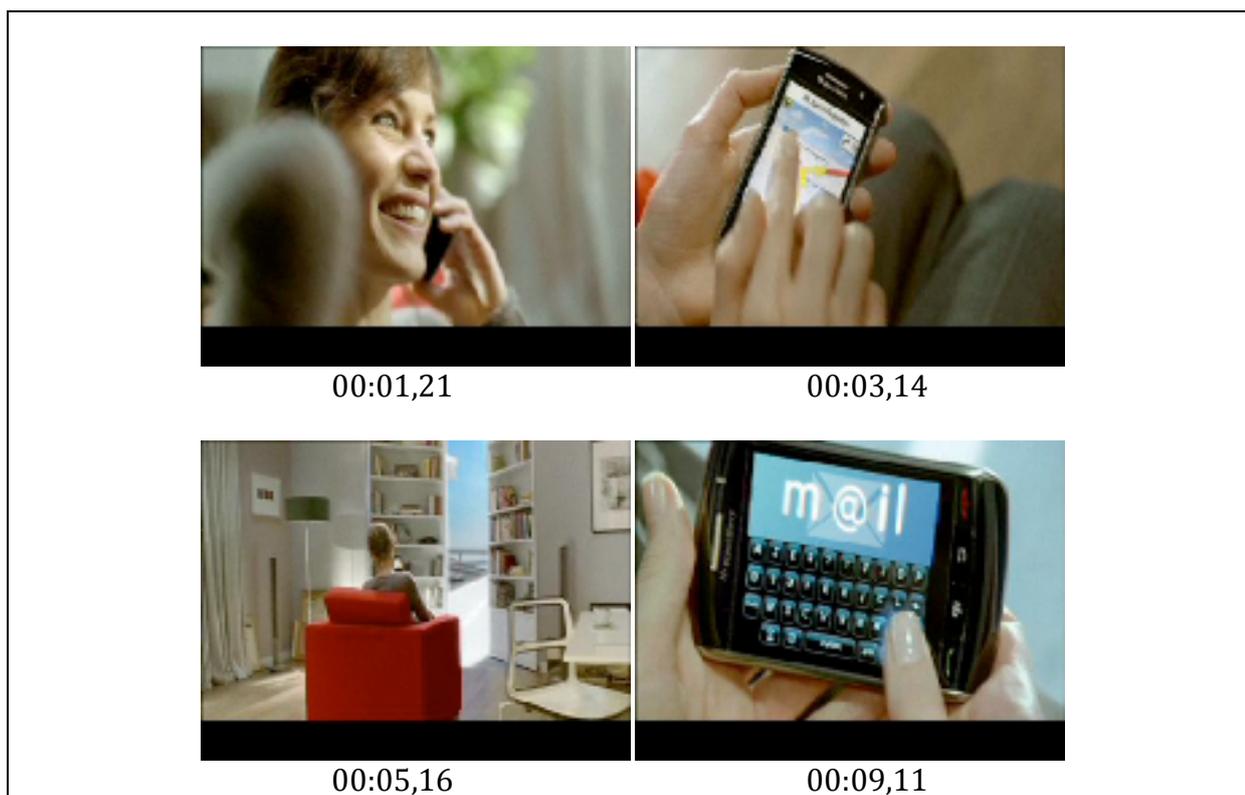


Illustration 41. Sfr blackberry, 2008.

De fait, la miniaturisation des écrans conduit à une représentation des corps sans entrave physique (poids, gravité, déplacement, ect.). Pourtant, comme on peut le voir dans l'exemple, le montage alternant plans d'ensemble et focalisation sur l'écran perdure : la miniaturisation renforce la nécessité de cadrages serrés, notamment l'utilisation de zoom avant (90% des publicités).

### ***b. Le spectacle de la manipulation***

Les regards adressés sont moins présents durant cette décennie : de trois-quarts face ou de dos, les personnages quand ils sont présents n'interpellent pas le spectateur de la publicité. La caméra semble tourner autour des corps et des appareils. Principalement lecteurs, au moins utilisateurs du support, les personnages participent à un spectacle de la manipulation selon deux modes principaux : celui de la vie, celui de la démonstration.

Les dialogues passent par l'appareil et, rarement explicites, ils constituent plutôt des fonds sonores et scripturaux : la saynète s'effectue autant dans le cadre de l'écran qui va afficher le texte d'un échange (texto), qu'hors du support comme dans l'exemple qui suit (Illustration 42).

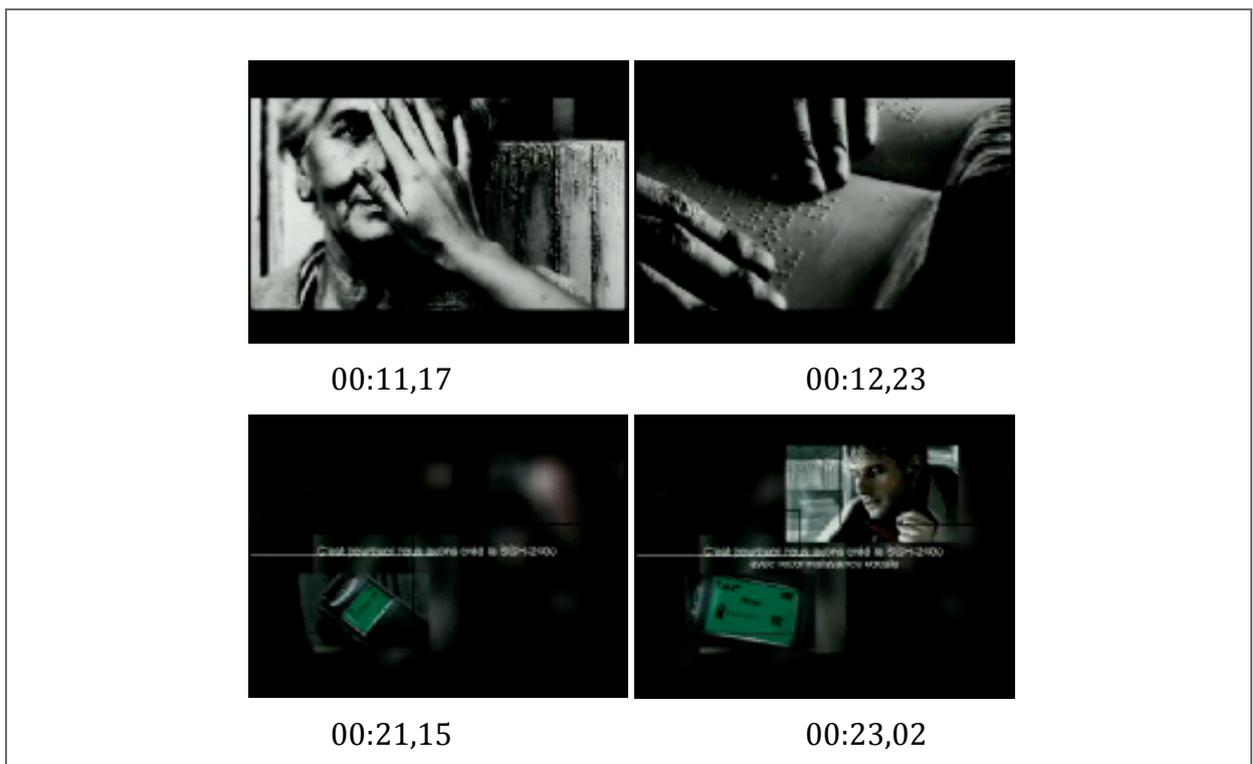


Illustration 42. Samsung sgh 2400 : Hands, 2000.

La dernière vue présente deux images, celle de l'écran de l'appareil et celle, en vignette, de l'utilisateur en situation : cette double focale est liée par une image du texte numérique (logiciel) en superposition qui a pour fonction d'associer une dimension sensible, émotionnelle et esthétique à l'objet technique, en l'intégrant à la vie. Le synopsis de cette publicité sert une valorisation de l'appareil qui repose sur un contournement : il n'encombre pas, il disparaît pour permettre d'autres usages « essentiels/vitaux » de la main. Les images noir et blanc qui amorcent le spot, contrastées et en gros plan décrivent un rapport au monde (et au texte) qui est tactile, vivant, rugueux, en tension, l'appareil intégrant ces éléments par le système de synthèse vocale qui le rend évident, peu présent, facile d'usage. Si la main est bien le thème principal de cette publicité, c'est en tant que figure métonymique de la *vie*.

L'exemple qui suit présente une deuxième dimension de ce spectacle de la manipulation qui, neuf ans plus tard, est lié à l'invention des supports tactiles. Centré sur l'écran, le cadrage est fixe : le mouvement est celui du doigt qui « lit », la main seule visible enveloppant l'appareil, immobile et stable.



Illustration 43. Apple iPhone : Dîner chez soi orange, 2009.

Le changement des textes à l'écran se fait en rythme avec la voix off qui énumère des fonctions possibles de l'appareil et de ses logiciels « il y a une application pour dîner chez soi / et une application pour dîner dehors ». la voix off dessine en creux une mosaïque de lecteurs modèles (le texte fait le lecteur, sans remise en contexte par une saynète). L'énonciateur « démonstrateur » ou bateleur réapparaît ainsi dans notre corpus à partir des années 2004 (l'interpellation par le personnage varie sur le corpus global de 23% en 1999-2003 à 54% en 2009). Ceci marque un virage entre des représentations du texte centrées sur sa dématérialisation, son interconnexion et sa circulation qui font de la manipulation une question technique, avec des représentations qui se recentrent sur les écrans en donnant au cadre un rôle sémiotique, La figure de la main fait alors de la manipulation une question

éditoriale. Moins abstrait et métaphorique, le texte en son cadre réintègre une surface qui n'a plus seulement une valeur d'usage mais bien une valeur culturelle.

### *c. Le format « écran » et la pensée de l'affichage*

Ce dernier point ouvre sur quelques hypothèses liées à l'observation de l'évolution de la place culturelle occupée par l'écran en tant qu'espace d'affichage. Les occurrences de la lisibilité du texte augmentent dans le sous-corpus écran (de 33% pour la décennie antérieure à 39%), surtout, c'est l'image qui constitue près de 40% des « textes » représentés (en place de 25%). A nouveau, les innovations technologiques et éditoriales ont rendu possible la prise de vue mais également son éditorialisation par les usagers, et ont été particulièrement investies dans les pratiques. La scène de l'écran devient alors un espace de représentation de la production de contenus (ci-dessous, prise de vue) et de leur édition, dans un même geste. Le cadre de l'écran est imbriqué dans le cadre de l'image publicitaire : c'est dans l'écran que l'image est nette. Ce motif de l'image dans l'écran fait écho aux collections d'écrans filmant/photographiant un événement (meeting, drame, concert, etc.), portés en hauteur au dessus de la foule.



Illustration 44. Samsung téléphone portable : Samsung jet, 2009.

Fondé sur les pratiques contemporaines amateurs de la prise de vue photographique ou filmique, ces publicités décrivent une dialectique de l'instant et de l'enregistrement : l'écran permet à la fois de vivre l'événement (à travers la fenêtre qu'il constitue) et de l'inscrire, d'en produire une trace, voire une archive (celui-ci faisant l'objet dans sa circulation d'une édition, d'un classement).

Un second motif relevé dans le sous-corpus « imprimé » pointe également la capacité du cadre à *inscrire*, mais comme surface d’affichage : l’illustration qui suit convoque implicitement l’édition numérique en mobilisant un cadre d’affichage dynamique propre aux aéroports et aux gares (Illustration 45). L’affichage de la couverture du magazine est accompagné par une sonorisation rythmée qui engage un changement de sens de la file d’attente, initiée par une lectrice, dernière arrivée dans la file : le sens de la lecture est alors inverse à celui de la signalétique de l’aéroport qui tient lieu de décor.

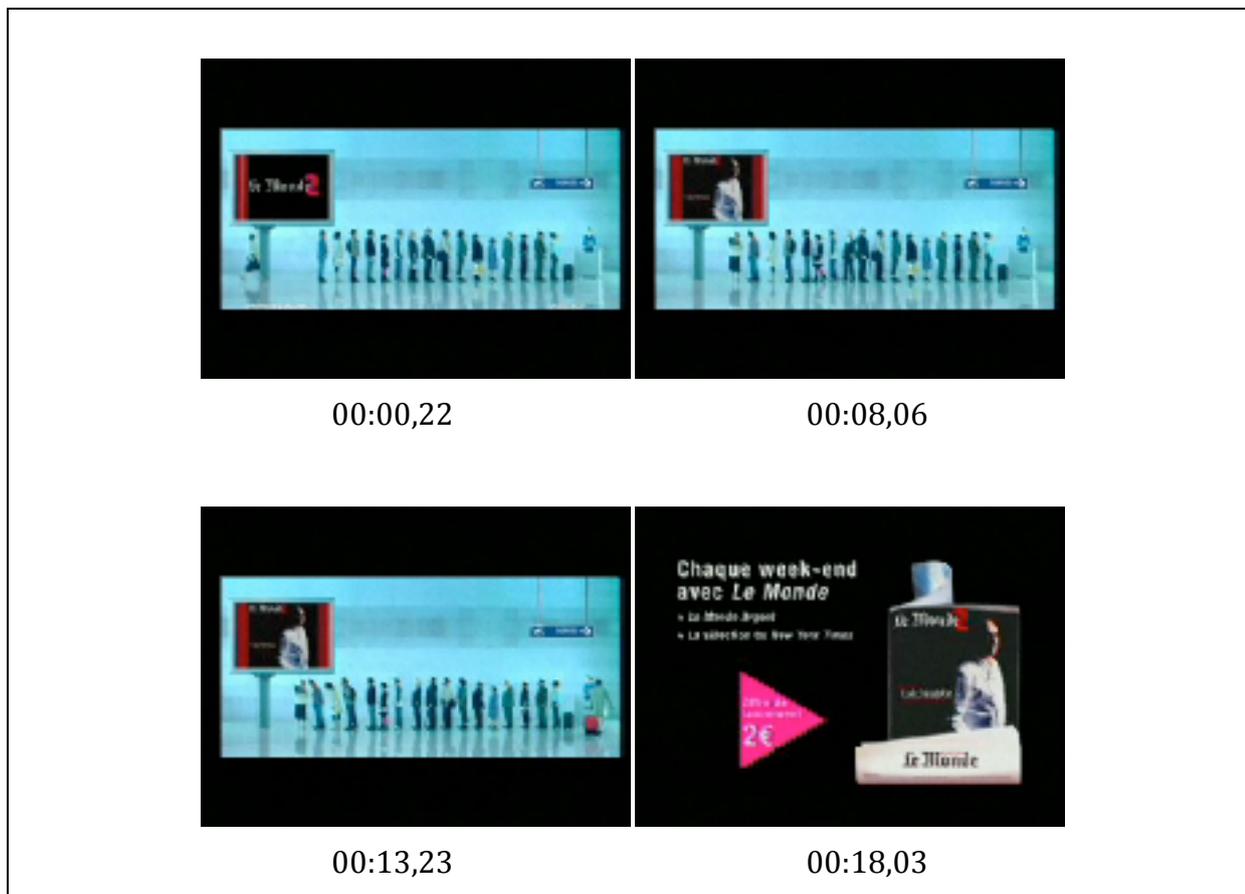


Illustration 45. Le monde 2 : File d'attente, 2004.

L’intermédiaticité est particulièrement mobilisée dans ce dernier spot : en effet, le format du magazine papier est transmuté en format horizontal, celui de l’écran et dépasse les représentations classiques de la presse (photographie de la couverture du magazine, de biais, fac-similé de son épaisseur) : l’affichage montre plus qu’une couverture, il désigne de manière dynamique le geste de lecture. Ainsi, on voit des voyageurs lisant par dessus l’épaule de la seule détentrice du magazine, positionnée sous le panneau d’affichage. C’est la lectrice qui, en arrivant dans la file, modifie l’affichage, en rythme avec sa marche. Si elle ne regarde pas le panneau, son déplacement dans l’espace (sonorisé par le bruit de ses talons) semble

avoir un impact sur l'écran d'affichage, comme s'il permettait de *changer de page*. Le spot rend compte d'une lecture à deux niveaux (celui des lecteurs de la file et celui du spectateur de la publicité) qui inscrit résolument le magazine papier dans l'ère de la lecture numérique.

Dans ce chapitre, la perspective diachronique a mis en relief plusieurs tendances caractéristiques des valeurs différenciées attribuées aux supports numériques du texte, et les représentations des mutations entre les médialités du numérique et de l'imprimé. La production iconographique de scènes de lecture par des acteurs économiques, industriels et éditeurs est remarquable en quantité, offrant un corpus très abondant et particulièrement renforcé depuis les années 2000. Nous pointons pour conclure quelques conclusions centrales.

La nécessité de recourir à des scénarios réalistes et à des mises en contextes concrètes s'amenuise en trente ans. Le corps du lecteur apparaît moins socialisé, et surtout de plus en plus partiel et segmenté. A l'inverse, la focalisation sur le texte est de plus en plus importante (lisibile, identifiable) : la lisibilité du texte est modifiée depuis l'ordinateur (qui sert à produire du texte) et les supports mobiles qui servent à lire (à consulter) (Renaud, 2007). Plus globalement, on observe la montée en puissance des industriels du contenu qui interpellent peu à peu les énoncés focalisés sur les « machines » comme on l'a vu. Cette évolution conduit à de possibles dissociations du texte de son support, signe d'une acculturation sociale aux écrits d'écrans. Des formes ou des gestes sont ainsi capables de signifier l'écran sans l'écran. La culture du texte numérique<sup>52</sup> semble ainsi s'élaborer au carrefour de trois énoncés portés par la publicité : le texte numérique constitue une rupture culturelle (bien qu'il ne puisse se penser sans référence à la culture imprimée) ; il peut être sans support ; il « redonne la main » à son lecteur en tant qu'il est toujours à manipuler. Partiellement, cette étude du discours publicitaire permet de relever certains traits saillants des « relations dynamiques entre la culture et la technologie » selon les mots de Milhad Doueïhi (Doueïhi, 2008, p. 15).

Ces images publicitaires, omniprésentes, donnent également lieu à des reprises, des citations, des parodies et des détournements qui sont aussi bien le fait de ces acteurs économiques que du grand public. On peut observer que cette dynamique est maintenue par la concurrence entre les supports et la surenchère technologique. Les discours que ces images véhiculent et les citations dont elles font l'objet conduisent à certaines croyances parfaitement apprises et répétées : c'est « lisible », « pratique », « sympa », voire « ludique », « interactif », « rapide », « intuitif », « ergonomique », etc. Ainsi, il faut souligner en dernier lieu la circulation du

---

<sup>52</sup> Comme le souligne Milhad Doueïhi, aujourd'hui « l'environnement numérique (...) souhaite se libérer (...) [du] pesant fardeau » de la référence à la culture imprimée (Doueïhi, 2008, p. 13).

discours publicitaire ou de la presse spécialisée, dont l'extrême labilité cristallise certains modèles et surtout encadre nos relations aux supports du texte et les accompagnent, comme le rappelle Lise Renaud au sujet du téléphone mobile.

« Nous pouvons émettre l'hypothèse d'une reprise thématique par les utilisateurs des thèmes exploités dans les spots publicitaires. En effet, bien que n'adoptant pas le même point de vue, les usagers développent des questionnements sur le lien social, la liberté, l'ubiquité, la joignabilité, etc. Ces sujets sont aussi présents dans les publicités. Une logique de programmation thématique autour du mobile se dessine. Un ensemble de thèmes et de questionnements semblent, en effet, comme machinalement associés à cet objet technique. » (Renaud, 2007)

Ces publicités, et tutoriels ou « démos » se substituent au mode d'emploi et définissent en même temps les modalités de valeur culturelle des contenus.

Si le regard porté sur les écrans a été restreint dans ce chapitre à des enjeux promotionnels par le choix circonscrit d'un corpus publicitaire, les trois chapitres suivants déploieront les hypothèses dégagées en mobilisant des ensembles iconographiques réunissant des instances énonciatives hétérogènes. A l'instar des expositions de la technique analysées par Brigitte Felderer comme des « visions de la technique », nous élaborons autant de micro-expositions de l'écran :

« Grâce à l'hétérogénéité des objets exposés, - du dessin d'architecture au robot, en passant par le dessin industriel, la peinture, la BD de science fiction, l'installation informatique, la vidéo, les prototypes de machines et la photographie -, il apparaissait au visiteur de l'exposition que la technique ne peut devenir machine-désir que par l'entremise des médias les plus divers, et qu'en dernier ressort, ce sont l'art, l'architecture et la culture populaire qui fournissent les images grâce auxquelles la technique peut être intégrée à notre vie de la façon la plus sensée possible. » (Felderer, 2003, p. 151).

Pour ces micro-expositions, trois axes ont été retenus et seront répartis en trois chapitres. Le premier (chapitre 5) approfondit la problématique de la *publicité* en interrogeant la place de ces images dans l'espace public et leur circulation sociale. On perçoit dans la publicité pour *Le Monde 2* (Illustration 45) le rôle majeur que joue l'enchâssement entre la *lecture* par le spectateur de la publicité et la *lecture* des lecteurs représentés : deux scènes de lecture en une,

qui donnent au spectateur un rôle tout à fait singulier et conduisent à développer la question de l'écran comme support d'affichage dans l'espace public.

Le deuxième axe (chapitre 6) est concentré sur les représentations du corps du lecteur, pris entre une industrialisation et une culturalisation de ses gestes. L'attention remarquable que la publicité porte à la manipulation est ainsi déployée dans le chapitre à travers l'analyse d'une esthétique de la gestualité en tension avec l'événement de l'affichage du texte.

Le dernier axe (chapitre 7) est focalisé sur la « substance » du texte numérique, à rebours de son « immatérialité ». Ce chapitre final rassemble les questions vives qui sont apparues au cours de cet essai et qui portent sur l'événement du texte et sa texture, à partir des représentations visuelles de son *apparition*, notamment réalisées par des artistes. Ce chapitre souhaite ouvrir la réflexion sur les *illusions* de la matière du texte, intrinsèques à la représentation iconographique et qui contribuent à la culture de l'écran.

## Chapitre 5 - L'écran et sa lecture : entre espace public et espace privé

---

Les images publicitaires, parce qu'elles sont prédestinées à circuler de manière large, définissent une imagerie de l'écran dont nous avons montré les évolutions au fil du temps. Les attentions réciproques des industriels entre eux engagent une esthétique publicitaire fondée sur la ressemblance et la distinction, bousculant plus ou moins fortement les codes du genre. Les formats contraints des spots ou des affiches sont diversement interprétés par les publicitaires qui orientent les représentations vers la dénotation (« focalisée vers la substance » selon les termes de Georges Péninou) ou la connotation, intégrant le produit/l'objet dans un contexte qui lui donne une valeur et des attributs. De plus, il n'est pas rare que ces énoncés visuels s'auto-désignent comme images, faisant signe vers leur propre production énonciative, leur propre situation dans un ensemble d'images par exemple cinématographiques, dans un geste de référence/déférence ou plus largement de citation (Duchet, 2010). Par exemple, le spot pour la marque Apple est constitué d'images extraites de films ou de séries télévisées futuristes des années soixante, le montage étant ponctué par des cartons textuels, énonçant une posture culturelle drolatique et critique, notamment en regard de la société de consommation (Illustration 33).

Le parcours diachronique réalisé dans le chapitre précédent, s'il a permis de considérer les transformations des motifs iconographiques mais aussi les mutations des valeurs accordées au texte numérique, n'abordait pas la part située et interprétée de ces images. A rebours de l'analyse quantitative effectuée qui se dérobait nécessairement à la question de l'interprétation des représentations iconographiques, on posera de manière frontale cette question en nous penchant très précisément sur la relation engagée entre l'image et son spectateur dans l'espace public. On avancera ici le terme d'espace public : il recouvre non pas un espace politique (au sens habermassien) mais bien l'espace non privé, partagé de la rue et de la ville. On pourrait dire, en suivant Olivier Chantraine, qu'il s'agit d'un *espace de publicité*. De fait, ce sont les circulations des représentations de l'écran qui font l'objet de ce chapitre, c'est-à-dire leur *situation*. Elles sont données à voir, soumises au regard d'un spectateur, mises en cadre et en

perspective dans un espace physique qui prédéfinit une posture du corps, une proximité ou une distance avec l'image, et plus largement, socialise ces images en les intégrant à un espace pratiqué (Urbain, 1993).

Dans l'espace urbain, nombreuses sont les représentations visuelles de cette culture d'écran : des affiches publicitaires dans les couloirs du métro, sur les façades des immeubles aux écrans eux-mêmes jouant le rôle de cadre et d'affiche. De plus en plus présents, tous ces supports publicitaires définissent une phénoménologie de l'écran (Fontanille, 2004a). Leur mise en scène dans la ville prend appui sur les modes de déplacement, les parcours, jouant des circulations et des arrêts des piétons et des automobilistes.

Le premier point de ce chapitre décompose les valeurs et enjeux du cadrage de ces iconographies à partir de la notion d'*affichage*. Le deuxième point considère plus précisément les effets de sens produits par l'écran comme objet d'affichage : il s'agit de l'écran lui-même comme support d'inscription. Le dernier point ouvre le questionnement à d'autres formes de circulation liées non plus à une pratique de l'espace physique, mais à une pratique des textes de réseaux. Les ensembles photographiques constitués par des amateurs autour de la thématique de la lecture accueillent de manière croissante des images de lecture sur écran, ce qui nous conduit à nous intéresser aux nouveaux genres de recueil de « scènes de lecture » organisés par des bases documentaires d'images de type Flickr, en regard de formes éditoriales classiques, produisant de nouvelles figures de publicité de la lecture sur écran : par et dans l'écran.

Une planche d'images numérotée et titrée accompagne les parties du chapitre, il y est fait référence en début de chaque partie<sup>53</sup>. Ces planches organisent les matériaux de l'analyse et donnent à voir son exercice à partir d'une image singularisée.

## 1. La surface, le regardeur et le lecteur : images exposées

Confrontés aux images exposées de l'écrit comme image, quels regards les passants sont-ils engagés à porter sur ces textes à l'écran ? De quelle manière les corps lisants figurés dans ces images sont-ils en lien avec les corps en mouvement des passants ? Deux niveaux d'interprétation transparaissent dans ces images exposées : le premier est le rapport à la scène représentée dans l'espace ; le second, le statut donné au texte dans l'écran. Il y a toujours

---

<sup>53</sup> Les images sont référencées au cours du texte par numéro de planche puis numéro d'image : 1/1, 2/3, etc.)

plusieurs cadres, enchâssés les uns dans les autres, celui de la publicisation par l'image (télévisuelle, affichage urbain, artistique), celui de l'écran ensuite qui fait image dans l'image. La médiation du corps du regardeur fonde l'interprétation de leur lien<sup>54</sup>.

### *a. Enjeux de la perspective et du cadrage situé*

#### *Le grand spectacle de la lecture : focus sur une photographie*

En mai 2012, Apple poursuit sa campagne de publicité pour les tablettes numériques iPad en affichant dans l'espace urbain (parisien pour l'enquête photographique menée) de gros plans sur les écrans des tablettes numériques (Illustration 46). La visée, telle qu'elle est formulée scripturalement dans le bas de l'affiche, est de valoriser visuellement le nouvel écran « rétina » de l'appareil.

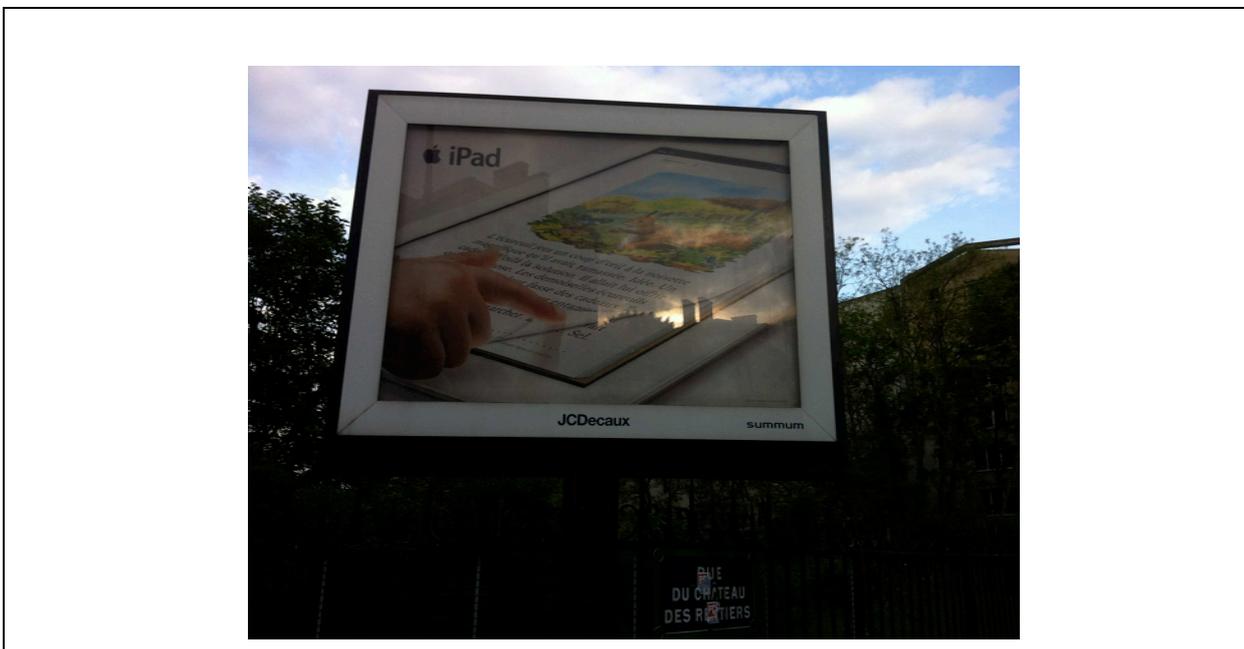


Illustration 46. Panneau d'affichage, rue du Château des Rentiers, 2012, photographie J. Bonaccorsi.

Les bords blancs de la tablette, présentée légèrement en biais et posée à plat, font écho aux bords du cadre du panneau d'affichage. La brillance de la surface vitrée du panneau reflète une image de l'environnement urbain, qui relève de la « puissance assimilatrice de la ville » (Mons, 1993, p. 72). Situé à un carrefour relativement ouvert, le panneau superpose ainsi à

---

<sup>54</sup> Annexe, Planche 1.

l'image publicitaire une silhouette de toits et de cheminées assez distante pour se projeter de manière nette et définie. La prise de vue photographique renforce ce jeu de reflets en le fixant. Cet effet a été développé longuement par Jacques Tati dans *Playtime* : dans ce photogramme, le réalisateur souligne l'ambiguïté entre image exposée et espace physique (Planche 1/2). Le même bâtiment est ainsi vanté sur l'affiche, visible en arrière-plan et à l'extérieur) et reflété dans les vitres de l'immeuble. Les frontières entre dedans et dehors sont singulièrement perméables (le reflet déstructuré du car de tourisme rentre littéralement dans la salle d'attente vitrée) et situe le passant dans un espace en trompe-l'œil. Hulot se cogne à plusieurs reprises dans ces surfaces vitrées en les prenant pour des ouvertures, courant après des personnages dont il n'a entrevu que le reflet. Ces cloisonnements transparents mais hermétiques sont proches des interfaces des panneaux d'affichage, à la différence de la vitrine de magasin dans lequel on peut pénétrer et voir l'envers de la vitrine (Fontanille, 2004a).

Dans l'illustration 46, la main d'un jeune enfant apparaît légèrement tronquée, de fait, c'est surtout son index qui est visible. La main semble suspendue au dessus de la tablette touchée du « bout du doigt ». Cette gestualité reproduisant un feuilletage sera plus précisément interrogée dans le chapitre qui suit : ici, on s'intéressera principalement au corps lisant représenté dans ce double cadre de l'affiche et de la ville. Notons également qu'il s'agit d'un panneau d'affichage dynamique : selon un rythme régulier, les affiches se succèdent en modifiant ainsi l'espace par le temps. Trois questions surgissent dès à présent et seront développées dans les points qui suivent : d'abord, comment la part monumentale de ce régime d'exposition de l'image déplace-t-elle les rapports public/privé ? Ensuite, de quelle manière le regardeur de l'affiche est-il saisi par ces dispositifs de vision ? Enfin, comment s'articulent les régimes événementiel et présentatif de l'affichage ? Ainsi, on abordera successivement l'exposition, la vue constituée et l'expérience.

#### *La dimension monumentale de l'affichage : projection dans l'espace public d'un espace privé*

Si dans les années quatre-vingts, la représentation de scènes privées est courante dans la publicité, elle semble plus marginale au début des années quatre-vingt-dix, comme on l'a vu dans nos analyses : moins de « scènes », moins de monstration de gestes et de temps intimes. Malgré tout, il apparaît dans notre enquête que l'exposition de gestes ou espaces privés n'est pas rare aujourd'hui, et que son efficacité semble provenir de la tension entre le gigantisme des figures *affichées* et la *fenêtre* sur l'intime que délimite le cadre d'affichage (Planche 1/9).

Il est bien évident que l'échelle des affiches imprimées de trois mètres sur quatre, ou du moins de taille supérieure à la taille humaine provoquent des effets de sens basés sur l'immersion, la proximité physique, l'intensité de la présence de l'objet représenté (on perçoit dans l'exemple combien la taille de la tablette numérique permet de la faire exister, en regard des échelles architecturales de l'espace de la ville). « Dans la ville, le gigantisme des panneaux n'ont pas d'autres fins : ce qui se crée par ce moyen, c'est une surface de visagéification qui fait des bâtiments alentour un imposant corps-support et de la ville entière un public qui nous regarde. » (Badir, 2004).

Proche des « fenêtres » décrites par Olivier Chantraine, ces affiches confrontent à des illusions qu'on peut parfois rapprocher des murs peints (Planche 1/6). La « Bibliothèque de la cité »<sup>55</sup> de la rue de la Platière à Lyon est exemplaire des franchissements entre les frontières de la ville et de la surface d'affichage : un passant semble s'apprêter à rentrer dans la librairie, la fausse transparence de la vitrine produit un trompe-l'œil qui est à la fois réaliste (à l'échelle) et renvoyé immédiatement à l'imaginaire par la présence de livres gigantesques sur le reste de la façade de l'immeuble, leurs pages ouvertes simulant les vantaux ouverts de fenêtres. Les textes, lisibles sont peints sur une surface opaque : *fixés*. Ils ne sont donc pas des « *expôts* » car ils sont ancrés dans la matière même du mur. Le surdimensionnement de ces pages bouscule le statut des textes donnés à lire, qui montrent une collection en la faisant passer de l'individuel (lecture d'un ensemble de textes, ouverts, épars) au collectif (un patrimoine, figé). Mais, à la différence de la figuration du corps agrandi dans la publicité, les murs peints ne montrent pas d'individus hors d'échelle : les seuls *monstres* sont les livres, comme des écrans supplémentaires aux murs protégeant l'intimité des habitants des immeubles.

### ***b. La chambre de vision, entre vitrine et miroir***

Les photographies publicitaires qui mettent en scène des corps spectateurs (c'est le cas de la campagne réalisée par la chaîne médiatique TF1 en 2009, Planche 1/9) impliquent une mise en tension des rapports public/privé : comme l'a montré Olivier Chantraine au sujet de la place occupée par la « pub » dans l'espace public, la publicité « fait exister le privé dans le public ». De même, les scènes de lecture de l'iPad projettent dans l'espace public de manière

---

<sup>55</sup> Il s'agit d'un mur peint sur 400 m<sup>2</sup>. Il représente une immense bibliothèque recensant plusieurs centaines d'écrivains de genres différents (roman, poésie, théâtre, science fiction, polar, BD...) de Lyon et de Rhône-Alpes. Il a été réalisé par la Cité de la Création en 1998.

monumentale et frontale des représentations de pratiques privées, constituant des « chambres de vision » sur l'expérience d'usage des tablettes.

« *Dispositifs de vision* » : *l'écran comme vitrine et comme miroir*

Pour le passant, à l'arrêt du bus comme dans les couloirs du métro ou sur un kiosque de presse, la rencontre avec ces affiches produit un sentiment d'intrusion dans un espace privé, en reposant sur l'illusion de la perspective :

« La pièce d'habitation et la chambre en particulier sont, au cinéma, des dispositifs de vision, des observatoires (...). Vouloir voir ou faire voir. Ne pas vouloir voir. Ne pas vouloir être vu ou croire ne pas l'être. *Ne pas en croire ses yeux*. Halluciner, épier. Détourner son regard. Etre subjugué, aveuglé » (Plas, 2009, p. 72).

A l'arrêt d'un bus, on voit un couple allongé sur un canapé, le regard tourné vers un écran absent de l'image : le panneau d'affichage suggère au passant une posture qui rappelle à nouveau les « appartements-vitrines » du film *Playtime*. En effet, les baies vitrées des salons contigus définissent autant de *vues* pour le passant/spectateur du film, selon un régime de sérialité (Planche 1/5 et 1/9).

L'affiche et son interprétation en contexte constituent bien une « chambre de vision » (Plas, 2009). L'affichage constitue cette « vue » en cadre, faisant du regardeur un voyeur dont le corps même est pris dans le dispositif, comme le personnage du film de Dario Argento, *L'Oiseau au plumage de cristal* (1970) (Planche 1/3). Le héros, « coincé » dans l'espace vitré d'une entrée fermée, doit assister à une scène de crime sans pouvoir intervenir. Il est ainsi impliqué contre son gré dans un récit dont il ne perçoit que des fragments de son point de vue contraint. Le dispositif de vision produit par Argento installe une figuration du spectateur du film dans le film, le spectateur est placé à l'intérieur de l'écran de cinéma lui-même et se *voit* : protégé et pris dans la narration, formidable métaphore de l'expérience spectatorielle et qui se fonde sur une analyse de l'écran comme vitrine et miroir.

Cela nous renvoie bien sûr à l'affiche vue dans son ensemble : la mise en abyme des cadres de l'espace d'affichage et de l'écran de la tablette produit un effet de focalisation vers le texte à lire de l'écran, mettant le passant dans la posture d'un voyeur qui regarderait par dessus l'épaule du lecteur (Planche 1/8).

## *Reflets*

Dans le film de Jacques Tati, la même scène se répète dans chacun des salons et la vision du passant se perpétue à l'infini par un jeu de cadres dans le cadre. Ainsi, les spectateurs de télévision de *Playtime* semblent se regarder eux-mêmes dans un face à face qui fait de l'écran de télévision une fenêtre – non pas sur le monde mais sur le même : c'est aussi un *conduit* (d'ailleurs, l'écran du téléviseur remplace la cheminée) qui renvoie les spectateurs à leurs similitudes (Planche 1/5).

En raison de la nature plastique des images, les corps figurés dans les affiches présentant des iPad apparaissent « vitrifiés », suggérant un arrêt et la fixation d'une posture dont nous avons montré dans le chapitre 1 qu'elle relevait d'une esthétique du détail (Illustration 15). Mais le regard absent ou non visible (les yeux baissés, détournés, sans visage) des corps lisants suggère une expérience spectatorielle fondée sur le détachement (sans contexte, les corps figurés sont détournés) et la contemplation, postulant un lecteur-regardeur critique et libre, contrairement aux téléspectateurs en série de *Playtime*.

Il ressort que la surface vitrée du panneau d'affichage produit du temps dans ces images publicitaires, celui du recul (à l'inverse de l'image du film de Dario Argento). Le lecteur figuré dans ces affiches semble à la fois identique à nous-mêmes (le hors-champ *est* chaque nouveau passant), et apparaît comme un lecteur sans ancrage temporel et spatial (Planche 1/7 et 1/10).

### ***c. L'expérience du regardeur et sa lecture***

#### *La « bonne distance »*

Les campagnes publicitaires antérieures pour ces mêmes tablettes montraient plus largement des corps lisants (Planche 1/10). Suspendues sur des façades d'immeubles, les images de lecteurs gigantesques produisent un effet de disproportion qui immerge le spectateur. Au sol, comme c'est le cas dans l'exemple du kiosque de presse, le cadre d'affichage délimite un hors-champ ; le piéton vient prolonger avec son propre corps les mains et jambes tronquées du lecteur de l'iPad.

On en vient à poser la question de la distance physique dans l'expérience du récepteur de ce discours publicitaire. Les affiches pour l'iPad font jouer la distance du corps du passant à l'affiche elle-même puisque l'échelle choisie produit un effet de proximité qui impose de prendre du recul. Dans le virage d'un couloir de métro, la présence de ces corps géants et si

proches (en raison de l'espace relativement étroit du couloir) surprend également. « On s'aperçoit donc que la bonne distance reconfigure plastiquement l'objet visé, atténuant sa dimension texturale et assurant le parfait ajustement des dimensions dans la visée mimétique. » (Beayert-Geslin, 2009, p. 54). Pour voir, il faut s'éloigner, chercher un point de vue, c'est-à-dire *lire*. Louis Marin a interrogé l'expression « lecture d'un tableau » à propos d'une œuvre de Nicolas Poussin, comme une tension entre le visible et le lisible. De fait l'acte herméneutique en jeu n'est pas seulement intellectuel, mais implique également le corps projeté du lecteur du tableau qui, par sa position, va pouvoir lire (voir du bon endroit) « cet invisible qu'on ne saurait connaître. » (Marin, 1993, p. 159).

Pour affiner, on reprendra les deux types de situations sémiotiques que Jacques Fontanille associe à l'affichage : la visibilité, « stratégique dans le sens où elle tente de régler le rapport, d'un côté, les surfaces et objets d'affichages et, de l'autre, les modalités de l'appropriation visuelle par le passant », et la lisibilité qui « relève de la scène puisqu'elle concerne le rapport entre l'observateur et la prédication indiquée par l'icône-texte de l'affiche. » (Fontanille, 2004a). De près, le regard ne peut saisir l'ensemble de l'affiche et mais va principalement lire le cadre centré du texte de l'iPad, enveloppé par une présence perçue/ressentie plutôt que vue et lue : celle du corps fragmentaire du lecteur représenté. L'efficace du hors-champ est produite par l'effet de proximité. Le lecteur figuré « disparaît » justement par sa qualité monumentale. Dans les scènes de lecture des affiches analysées, la lumière très homogène, le gros plan et les signes plastiques convergent pour produire une artificialité.

### *La forme tableau*

Sans reflet, l'écran de la tablette fait oublier sa nature vitrée pour adhérer pleinement au texte, au risque de perdre sa qualité dynamique. Le spectateur contemple une forme tableau plutôt qu'un texte et le fac-similé du texte numérique de la couverture des magazines s'inscrit alors dans un gigantesque trompe-l'oeil. La retouche de l'image produit un effet de lissage qui tend à signifier une certaine a-temporalité, à la manière de la statuaire<sup>56</sup>. Ainsi, le lecteur géant représenté semble un demi-dieu détaché du monde des hommes, qui n'est même plus relié par l'empreinte qu'aurait pu évoquer l'usage de la photographie.

---

<sup>56</sup> On pense aussi aux œuvres de l'artiste Ron Mueck, sculptures géantes de corps humains hyperréalistes dans des postures intimes.

La représentation matérielle de l’affiche fixe un texte-tableau dans le cadre de l’écran, de manière contradictoire avec la fonction de la tablette numérique, désignant ainsi une pratique de contemplation.

Enfin, l’association entre une industrie technologique et des industries médiatiques n’est pas sans effet sur l’invention de représentations de la lecture articulant une monstration de la technique et tenant un métadiscours sur la pratique. Ce métadiscours s’effectue par la rhétorique visuelle qui souligne l’intermédialité entre affiche/imprimé/numérique. De fait, la particularité de ces affiches est bien de proposer une véritable mythographie qui intègre des motifs classiques de la scène de lecture à la dialectique publicitaire.

## 2. Objets d’affichages, objets affichés

Entre la vitrine et le panneau d’affichage, se joue une différenciation énonciative que Jacques Fontanille analyse selon le type de rôle que jouent les objets-supports dans la prédication de l’affichage.

Il distingue ainsi les « interfaces embrayées » (la vitrine), « frontière qui sépare l’espace de lecture de l’affiche et l’espace de réalisation » (Fontanille, 2004a) et ce qu’il désigne comme « supports autonomes ». Ce deuxième type de support, « débrayé, (...) n’entretient plus aucun lieu perceptible avec le lieu de réalisation. » (Ibid.). Nous affinons ainsi dans cette sous-partie des hypothèses relatives aux enjeux pour l’image du texte représenté dans les images exposées de la lecture sur écran et que nous avons vu émerger dans les points précédents : d’abord, l’hypothèse d’une relation matérielle et située des *surfaces* d’affichage du texte ; ensuite, l’hypothèse d’une mise en tension de l’affichage numérique par deux facteurs : la transmédialité qui fait du texte numérique un tableau ou un document filmé (autre mouvement, autre rythme), et l’usage d’écrans comme supports d’affichage<sup>57</sup>.

### ***a. Pratiques d’affichages : enjeux pour le texte***

*« Sur » le panneau, « à l’aide » du panneau : l’affichage en tension*

Les caractéristiques énonciatives de l’affichage relèvent d’un acte tonique. Ainsi, Sémir Badir a interrogé plusieurs usages linguistiques du terme « affichage » pour pointer les qualités

---

<sup>57</sup> Annexe, Planche 2.

intensives de l'acte d'afficher, plutôt que ses qualités extensives ce qui reviendrait à décliner une liste de supports. Sémir Badir souhaite aborder la distinction numérique/analogique pour décrire ce qui, pour les deux, fait affichage. Il constate à juste titre que la référence à l'affichage numérique en désigne d'abord, la dimension matérielle et technique, à revers d'un geste social pourrait-on ajouter. Badir décrit trois types de qualités intensives. La première est liée à la spatialisation de l'affichage : « L'affichage est une surface tonique, un plan ou une dimension qui s'ajoute à l'espace. Il est paramétré de manière à témoigner de cet ajout. » (Badir, 2004). L'affichage numérique se produit, écrit Sémir Badir, toujours par production d'un avant-plan sur un *fond d'écran*. Pour être plus précis, nous pourrions dire que l'affichage manifeste spatialement l'écart entre ce qui est là (l'image d'un fond d'écran stable) et ce qui est nouveau. « La temporalisation de l'affichage est dotée d'une tonicité similaire. Un affichage apparaît, survient, surgit, fait événement. » (Ibid.). L'introduction de la temporalité comme qualité intensive de l'affichage est particulièrement opportune pour le texte numérique : la forme-tableau fixée dans les images publicitaires de l'écran est bousculée par les affichages numériques dont l'impermanence relève d'un autre régime, ce que souligne Badir quand il affirme que la dimension temporaire de l'affiche s'effectue par contraste avec des supports permanents comme la signalétique. Enfin, l'actancialisation constitue le dernier type de qualité intensive :

« un acte sémiotique (...) peut aussi viser ses propres ressources, l'analyse formelle à partir de laquelle cet acte est reconnu pour sémiotique. C'est comme s'il tendait sa carte de visite. (...) Que ce soit ou non à travers une affiche, l'affichage tend à se réaliser dans son acte.» (Ibid.)

Spatialisation, temporalisation et actancialisation : c'est à travers ces trois qualités que l'on explorera plus avant les configurations formelles entre texte/écran/support. L'affichage peut avoir lieu *sur* le panneau, par collage ou épingleage ou *à l'aide* du panneau, par un processus technique (ibid.). Or, l'affichage du texte sur l'écran du média représenté dans l'image publicitaire a perdu ses propriétés d'affichage dans le processus d'intermédiaticité qui l'inscrit dans l'affiche : ce fac-similé d'un texte affiché numériquement n'est plus lié au média que par son encadrement dans les bords de l'écran d'une tablette.

### *Le texte en mouvement*

L'affichage a donc à voir avec l'événement et auto-désigne son actualisation : certains supports permettent de dérouler de manière mécanique des panneaux, de manière horizontale

ou verticale, variant les sens de lecture de manière cadencée. Pour ces panneaux « analogiques » les vues sont limitées (trois au plus la plupart du temps) et doivent être renouvelées par l'ouverture du cadre lui-même, alors désossé sous l'œil des passants. Alain Mons a décrit une caractéristique particulière de ces supports d'affichage à *vues*.

« Avec les panneaux aux images mobiles qui s'enchaînent par des sortes de « fondus enchaînés » publics, suspendant le regard dans un *entre-deux*. (...) Le passage d'une image à l'autre introduit la réception dans une zone floue où les signes se confondent, se lovent par indistinction baroque. » (Mons, 1993, p. 75).

Alain Mons analyse ainsi ces « disparitions et réapparitions » qui impactent directement l'objet représenté en le déplaçant, le décontextualisant dans « entre-deux aspirant » (Ibid. p. 76) : le spectateur, bousculé, est placé selon Mons dans une « inquiétude anthropomorphique », face à des formes toujours éphémères, et « transitoires » : le sens est aussi dans la « béance » qu'elles produisent. Cette analyse déplace clairement l'analyse de l'image publicitaire en sa clôture, celle du cadre, à une analyse de l'entre-deux, du « « borderline » de *l'espace-image* ». Se joue dans ces affichages instables une « variabilité des limites entre les images et la ville. » (Ibid.)

La colonne Morris qui tourne, comme les panneaux à l'arrière des kiosques de presse visibles depuis le trottoir opposé appartient à ces supports en mouvement qui mobilisent plusieurs types d'attention (Planche 2/1). Plus largement, on peut dire avec Alain Mons qu'ils participent à rythmer l'espace urbain déjà scandé par les feux, la circulation automobile et piétonne, les arrêts des bus ou du tramway : du flux et de la répétition/redondance. Pourtant, leurs dysfonctionnements (affichage saccadé, affiche ayant glissé) pointent toujours la coupure entre le texte affiché et le panneau (comme cadre, comme espace, comme surface). Si le mouvement est bien le fait d'un mécanisme. Celui-ci ignore l'affiche qui perdure, même hors de son espace de visibilité. Les transitions et « entre-deux » en sont la manifestation, la matière même de l'affiche papier, les jointures épaisses manifestant la nature matérielle (papier, pliures, imprimé qui peut perdre sa couleur) que sont d'abord ces vues.

Dans nos villes, la présence d'écrans d'affichages est croissante : autres supports d'un texte « dynamique », en mouvement, ces objets-supports d'affichage font événement par leur type d'actancialisation. Il importe ainsi de nous concentrer sur les *objets* que sont les machines à écran, en tant que médiatisations du texte numérique : d'une part, figuré dans l'affiche, l'objet-support constitue également un cadre publicitaire ; d'autre part, les écrans d'affichages affectent la relation entre support et textualité numérique.

## ***b. L'écran comme objet-support d'affichage***

### *La machine, objet synthèse*

Dans une gare, les panneaux d'affichages sont extrêmement denses et relèvent de matérialités très hétérogènes. Une photographie prise à Londres montre une affiche publicitaire qui surplombe les écrans affichant les indications sur les trains au départ, à la limite des voies (Planche 2/3). L'affiche est également contiguë avec d'autres supports, comme un écran électronique du même format dont on aperçoit le bord. Le regard baissé de la lectrice est dirigé vers l'écran d'une tablette numérique, et non vers le flux des voyageurs qu'elle surplombe.

Contrairement aux publicités pour la tablette iPad qui ne montrent qu'une dimension de la machine, l'objet est représenté trois fois, quasiment en trois dimensions selon une rhétorique de la démonstration : en situation dans les mains de la lectrice, ce qui permet d'en percevoir l'échelle et l'épaisseur ; de face et de dos, en format réduit (extradiégétique) comme deux « vignettes » dont la visée énonciative est proche des mentions de spécifications techniques. La portabilité de l'objet implique que la face arrière comporte également un texte qui est celui de la marque et de la mention d'une norme. Puisque cet aspect de l'objet peut/doit être visible dans une publicité tout comme dans les usages, le design en est soigné. La tablette doit être identifiable, à l'instar des téléphones mobiles. Les ordinateurs portables avaient initié ce mode de figuration de l'objet, en contraste avec l'ordinateur fixe dont l'arrière était une coulisse, celle de la technique. La tablette dans son design efface ces coulisses : elle se veut la plus plate possible, sans branchements ni périphériques, un objet tautologique. Également, cette face arrière n'est pas seulement une « coque » puisque un œillette noir (celui d'un objectif photographique) manifeste sa qualité active/agissante. L'enveloppe ne constitue justement pas un *écran* entre la lectrice et la *vie* mais en est une médiation/relation (la face publique). De ce fait, la face avant de l'écran bordé de noir donne à voir un texte dont la visibilité sociale supplante la visibilité textuelle (la face privée)<sup>58</sup> : on reconnaît une organisation textuelle produite par le logiciel Facebook<sup>59</sup>. L'illustration permet de souligner une dynamique

---

<sup>58</sup> Voir à ce propos la préface d'Yves Jeanneret, pour les actes du 18<sup>ème</sup> colloque bilatéral franco-roumain, « La fabrique de la trace, une entreprise herméneutique », à paraître.

<sup>59</sup> De fait, cette visibilité est située dans l'espace (langue anglaise) et dans le temps : en 2012, l'entreprise Facebook a imposé à ses usagers une nouvelle organisation éditoriale (le « journal ») qui situe à une date antérieure le texte affiché dans cet écran.

triangulaire entre les figurations de la tablette qui repose sur le statut double de l'objet dans l'affiche : un expôt mais également un cadre. En cela, l'objet devient un support d'affichage. Sur le pan latéral d'un kiosque de presse parisien, la tablette iPad rend visible la couverture du magazine, elle l'*affiche* littéralement du fait de sa situation dans un lieu qui renforce son opérativité : interface au second degré avec l'espace de réalisation, « sous le contrôle d'une relation déictique stricte » (Fontanille, 2004a). En contrepoint, l'exemple de la même publicité pour le *New Yorker* sur un abribus à San Francisco montre un degré inférieur de ce processus d'affichage par/sur l'objet, le magazine (Planche 1/7). L'exemple de la publicité Samsung permet alors de souligner une logique de figuration du rapport machine/texte divergente : l'image publicitaire mobilise la *couverture* de la machine elle-même, celle-ci renvoie ainsi le texte affiché (la page Facebook) à la face interne de la machine (la face arrière). Elle manifeste de ce fait une propriété non dite des « machines à lire » en dissociant radicalement deux surfaces d'affichage, l'écran et l'enveloppe matérielle.

Le texte numérique fixé dans l'écran apparaît ainsi comme un événement (il pourrait être modifié par la manipulation de la lectrice) et non plus comme un tableau. En cela, la relation déictique est perturbée : les objets d'affichages constitués par les machines dans les images publicitaires prennent leur « autonomie figurative » à la fois avec l'espace public mais également avec la scène de lecture.

### *L'écran comme objet dans l'espace public : « Keyboard failure »*

Au niveau supérieur, on parvient alors à une autonomie qui fait des écrans des « objets-support spécifiques, entièrement autonomes et implantés dans un lieu quelconque » (Fontanille, 2004a). Mais ce n'est pas une qualité essentielle des écrans numériques d'affichage : ainsi, on trouvera ces objets dans les vitrines d'un Relais H, intégrés dans un « coffret » en bois et surplombé d'un texte qui désigne l'objet en même temps que l'acte énonciatif : « Plein écran » (Planche 2/2).

L'affichage numérique publicitaire effectue un type de liaison entre deux dimensions du texte qui est tout à fait singulier. Il réalise une médiatisation du texte numérique qui repose sur la jointure matérialisée de la mémoire (« texte témoin ») et de fabrication d'une représentation des pratiques (« texte tissu »)<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup> Voir à ce propos la préface d'Yves Jeanneret, pour les actes du 18<sup>ème</sup> colloque bilatéral franco-roumain, « La fabrique de la trace, une entreprise herméneutique », à paraître.

On en vient ainsi à considérer les affichages numériques qui renforcent la qualité d'actancialisat[i]on des affichages dynamiques, dans un mouvement d'auto-désignat[i]on qui fait du cadre et de la matérialité numérique de nouveaux types d'opérateurs symboliques de la limite entre texte et espace social, du rapport vue/matière mais également des altérations même du texte.

Technique, la panne d'un écran dans un couloir du métro parisien produit une inscription qui, si elle constitue une écriture (elle reste linguistique et lisible) manifeste de plusieurs manières le dysfonctionnement (Planche 2/5). D'ailleurs, celui-ci n'est pas forcément interprété en tant que tel par le passant : au contraire, celui-ci peut s'arrêter pour lire, intrigué par ce nouveau genre publicitaire mais aussi parce que « *tout texte affiché est destiné à être lu* » (Jacobi, Clouteau, 2011, p. 114). Mais la contrainte physique que suppose le sens de lecture (il faudrait se tordre le cou pour lire), le défaut de lisibilité dû à la longueur des lignes et du texte, la langue anglaise et technique, conduisent rapidement à classer ce texte parmi les inscriptions rencontrées dans d'autres lieux, notamment sur les écrans des ordinateurs personnels. La « panne » parce qu'elle nécessite l'affichage d'un texte met en évidence une rupture énonciative. Adressé au technicien, ce texte est tourné vers l'intérieur de la machine, comme si elle se parlait à elle-même.

Alors que le support d'affichage lumineux laissera entrevoir son ossature, l'écran numérique remplace le texte par un nouveau texte. Surtout, l'exemple souligne à quel point l'écran expose ici une culture de la textualité numérique. Le passant acculturé reconnaît le texte, sans le comprendre parce qu'il l'a déjà vu s'afficher dans d'autres contextes (PC). Cette reconnaissance peut le conduire à y voir le signe d'une utilisation par des publicitaires, en particulier en raison du changement d'échelle (démessurément agrandie par rapport à l'écran d'ordinateur, située dans l'espace public plutôt que domestique ou professionnel) que subit l'inscription en quelque sorte familière malgré son opacité. Enfin, sans lecteur, l'inscription ressemble à son insu à une installation d'art contemporain<sup>61</sup> ou à certaines des œuvres du XXème siècle, centrées sur l'écriture et le geste d'inscription, et dont le lecteur est absent : un « *reader exiled* » (Garrett, 2006, p. 348).

---

<sup>61</sup> Les Blow up de Joseph Kosuth dont l'interprétation en situation est analysée par Daniel Jacobi et Ivan Clouteau peuvent être rapprochés de cette même image du texte à ne pas lire, pour lire (Jacobi, Clouteau, 2011).

### *Voir/être vu : l'écran générateur d'un texte caché*

Une deuxième illustration permet d'approfondir la manière dont ces supports définissent une nouvelle liaison avec le texte qu'ils affichent et exposent dans l'espace public : il s'agit du mouvement associatif « Danger Ecranpub » mobilisé contre les écrans à « mesure d'audience intégrée » en 2009-2010 (Planche 2/4 et 2/7).

Sur les écrans sont superposées des couches de différents types : celle, opaque, des affichettes autocollantes, et celle translucide, de l'écriture à la bombe ou au marker, comme un calque. En dégradant la surface (la vitre), le geste militant en renforce la présence puisqu'il n'affecte pas le texte numérique qui persiste à s'afficher *en dessous*<sup>62</sup>. L'intervention militante de détournement et de dégradation de l'affichage n'est pas propre aux écrans numériques (graffitis, lacérations des affiches papier, bombage des abribus, etc.) ; mais elle porte ici sur le dispositif technologique lui-même et non plus seulement sur le message publicitaire ou même sur les entreprises de la publicité. La représentation d'un objectif de caméra sur une des affichettes souhaite rendre visible un élément qui est caché dans le cadre/support et que le texte affiché participe à masquer.

De fait, on peut considérer que la désignation/dénonciation de l'écran comme machine à *voir* et à *enregistrer* radicalise l'observation faite par Jacques Fontanille à propos de l'autonomisation du support d'affichage du « « corps » d'origine (le magasin, le mur, etc.) », pour lequel « la manipulation du passant se complique : purement visuelle et cognitive au début du processus, elle devient pragmatique et motrice (l'obstacle), voire pathémique (l'encombrement, l'agacement, la séduction immédiate). » (Fontanille, 2004a). Si l'encombrement des trottoirs ou l'obstacle visuel relève d'un impact physique du support d'affichage sur le passant, les militants soulignent ici un autre niveau, interne à la machine, que le passant ne peut *contourner* et qui pourrait éventuellement faire lien avec d'autres textes (les données contenues dans son téléphone portable).

Les écrans numériques constituent des supports d'affichage qui reconfigurent sensiblement la question de la *publicité* : dynamiques, ils supposent une actancialisation non plus mécanique (et analogique) mais qui fait appel à la mémoire et à la trace. Ainsi, ils impliquent que soient associées de nouvelles vertus à l'inscription : d'une part, faisant constamment signe vers l'appareillage technologique, ils conduisent à donner au support du texte une position auto-énonciative ; d'autre part, ils peuvent produire d'autres inscriptions, c'est-à-dire accueillir

---

<sup>62</sup> En contraste avec les cicatrices, maquillages et dégradations des affiches papier.

d'autres énonciateurs et ce de manière plus ou moins visible. La circulation sociale du texte numérique est ainsi pour partie configurée par l'intégration dans l'espace public d'écrans d'affichage, apparaissant comme des agrandissements des écrans personnels et faisant de tous les passants les lecteurs de « scènes de lecture » en pratique, mais qui pourraient être enregistrées par les écrans eux-mêmes.

### 3. Le destin des écrans dans l'écran : le recueil de scènes de lecture, un genre revisité

Livres recueils d'images, films documentaires, expositions muséographiques : l'*exposition* de la lecture constitue un genre éditorial et communicationnel assez fortement constitué non pas uniquement dans le champ scientifique (chapitre 2) ou commercial, mais également autour d'enjeux de vulgarisation ou de politiques publiques.



Illustration 47. Capture d'écran, Alain Fleischer, film *Choses lues, choses vues*, 2009.

Les « beaux livres » sont une des concrétisations possibles de ces opérations éditoriales,. Egalement, des campagnes de promotion de la lecture par les pouvoirs publics peuvent être l'occasion d'une publicité par voie d'affichage ou spots télévisés relativement élargie <sup>63</sup> (Planche 3/3). Enfin, comme dans l'illustration 47, les « séries de lecteurs » peuvent être mises en scènes dans des expositions.

Comment la lecture sur écran est-elle intégrée, progressivement, à ces modes d'exposition ? En effet, ces « recueils » reposent sur la mise en série d'images, organisées de manière

---

<sup>63</sup> Annexe, Planche 3.

chronologique ou liées à un auteur. L'énonciation éditoriale de ces ouvrages, comme le montage des films produits dans ces contextes prévoient un parcours de l'œil dans la *série* qui repose sur des régimes interprétatifs variés : celui de l'histoire de l'art, alternant détail et plans d'ensemble, celui du sociologue, soulignant l'ancrage social et le parcours du lecteur à travers la monstration de son intérieur, etc. Les commandes réalisées par les institutions publiques (nationales mais également locales) à des photographes et la mise en œuvre d'opérations de communication sont des opérations tout à fait intéressantes en raison de la démarche de production de *séries* d'images qu'elles supposent. Si l'on prend un peu de recul, l'intérêt éditorial pour la *lecture* est tout à fait remarquable : un nombre extrêmement important d'essais, de recueils, de romans est publié, de même que des livres d'images.

Ce dernier volet clôturé le chapitre en considérant d'autres espaces de publicité de la lecture sur écran que celui de l'espace physique public et de l'espace commercial ; il s'agit de prendre la mesure des valeurs culturelles et symboliques de la lecture définies dans ces contextes (Bonaccorsi, 2009). Dans ces « intentions documentaires » variées (Lugon, 2001) et souvent photographiques, on trouvera des projets institutionnels mais également journalistiques et individuels, comme la série des lecteurs du métro new-yorkais réalisée par la photographe Ourit Ben-Haïm et publiée sur le site *Underground New York Public Library*<sup>64</sup>.

### ***a. Les « livres d'images » de lecteurs***

La photographie de lecteurs est un genre particulièrement affirmé au cours du XXème siècle, et dont les modalités de publication s'apparentent au « style documentaire » dont Olivier Lugon décrit l'émergence dans les années trente. Ce « style » est marqué par une vocation éditoriale qui est le livre (la photographie tendant à devenir un véritable « art du livre »), et par le rôle croissant de la documentarisation des images elles-mêmes par le photographe (en amont, en fonction d'une thématique ou en aval, pour recomposer un recueil), produisant un « art photographique fondé sur la gestion astucieuse d'un stock personnel, où le travail créatif devient pour une bonne part celui du classement et du tri » (Lugon, 2001, p. 257). Ce rôle ira jusqu'à, dans les années quarante, devenir autonome, le travail de la sélection et de l'édition reléguant au second plan le fournisseur d'images, le photographe. Certains projets des « livres

---

<sup>64</sup> Ourit Ben-Haïm, *Underground New York Public Library*, <http://undergroundnewyorkpubliclibrary.com/Resources>, consulté le 5 juin 2012.

d'images » sur la lecture correspondent à des interprétations multiples d'un stock d'images, depuis l'exposition jusqu'à la communication publique.

### *Le portrait d'écrivain et le lecteur anonyme*

Le portrait d'écrivain est le motif le plus récurrent de représentation du livre ou de la bibliothèque dans des séries. Dans ces images plutôt stéréotypées, l'écrivain est plus rarement lecteur. Un ouvrage récent, *40 ans de rentrée littéraire : 130 portraits d'écrivains* témoigne de l'intérêt d'un public pour ce type de recueil<sup>65</sup> : photographiés à des fins médiatiques, rassemblés dans des ouvrages thématiques, les écrivains sont souvent situés dans un environnement livresque jusqu'au milieu des années quatre-vingts. Ce motif vient à disparaître : il reste cependant, comme l'a montré Adeline Clerc à propos des écrivains peu connus, un des éléments de la construction d'une représentation de l'être-auteur (Clerc, 2011). Martine Poulain a fait l'examen de ces scènes et souligné le rôle essentiel de la figuration du texte (par le livre, par la bibliothèque, par le texte du photographe). « La bibliothèque, c'est le double. » (Poulain, 2000, p. 546). Mais ces portraits parlent avant tout d'écriture, plutôt que de lecture<sup>66</sup>.

Un deuxième type de mise en série d'images de lecteurs concerne les corpus constitués autour d'un photographe, fruits d'une commande ou d'une démarche thématique comme celle d'André Kertész qui collecte des images de lecteurs anonymes de 1915 à 1970 et les publie sous la forme du recueil *On Reading* en 1971. Celui-ci donne lieu au livre *Lectures* publié en France en 1975<sup>67</sup>. La mise en page, sans textes (les légendes signalant les lieux et dates sont réunies en fin d'ouvrage) expose des lecteurs dans des espaces situés (des micro-scènes sur les toits, dans des bibliothèques, etc.), sur lesquels le lecteur de l'ouvrage peut faire des hypothèses (vêtements, architecture, etc.) (Planche 3/12).

Comme André Kertész, Georges Zimbel a commencé à photographier des lecteurs anonymes il y a plusieurs décennies, à la fin des années quarante et en fait « une pratique sérieuse » à

---

<sup>65</sup> Bassouls Sophie, *Ecrivains : 550 photographies*, Paris, Flammarion, 2001.

<sup>66</sup> En transition entre écrivains et anonymes, on peut citer la série photographique réalisée autour de Marilyn Monroe lectrice. Voir Monroe Marilyn, *Fragments : poèmes, écrits intimes, lettres*, Paris, Seuil, 2010.

<sup>67</sup> André Kertész, *Lectures*, Paris, Chêne, 1975, Trad. de : *On Reading*, New York : Grossman Publishers, 1971.

Paris, à partir de 1952 (Goldberg, 2011, p. 17). Le recueil paru en 2011 accompagne une exposition des photographies à Montréal en 2011<sup>68</sup>.

Si la série d'images s'étend jusqu'en 1998, il n'y a pourtant aucune photographie de lecture sur écran : une seule image présente deux hommes à côté d'une imprimante et d'ordinateurs « Lisant des listages à deux heures du matin », prise en 1968 à Rochester aux USA. Les feuilles enroulées et entremêlées sont au sol, fatras de papier que les deux lecteurs contemplent, en bras de chemise.

Le recueil constitue un pendant du *On Reading* de Kertész. De manière similaire, il n'est pas organisé chronologiquement et les légendes sont situées en fin d'ouvrage, il se clôt sur un autoportrait des photographes : lisant pour Zimbel (Georges dans sa chambre obscure, 2010, Montréal, Canada), à côté de son trépied, reflété dans un petit miroir devant sa bibliothèque, miniature parmi les titres. Au centre du *Livre des lecteurs*, un « Journal d'un lecteur en dix instantanés » (texte écrit par Dany Laferrière) resserre l'espace et le temps (dix images d'un lecteur, en mots) d'un seul coup. Ces séries marquées par la reconstitution après coup d'un ensemble, sont pourtant portées par l'intention d'un photographe conduisant un projet documentaire dans la durée et dans l'espace. Les représentations de la lecture sur écran y sont absentes, en raison de la période des prises de vues mais cette absence va particulièrement contribuer à définir le genre du « livre d'image de lecteurs » : ainsi, la jeune photographe citée en introduction, Ourit Ben-Haïm, ne photographie aucun lecteur de smartphone pourtant omniprésents aujourd'hui dans les transports publics. Pourtant, on peut supposer qu'André Kertész, prompt à saisir des scènes de lecture dans leur variété sans préoccupation du support (affiche, journaux, prospectus etc.), aurait certainement intégré à son projet documentaire des images de lecture sur écran.

Considérons maintenant une troisième série, « commandée » par un magazine sous forme de reportage : en mars 1986, Robert Doisneau photographie pour la revue *Lire* « Cinq fous de lecture »<sup>69</sup>. Des cinq photographies couleurs, une seule présente un lecteur qui regarde l'objectif, pris en contreplongée dans un train. Surtout, les images d'un chauffeur de taxi parisien lisant à la portière, un ancien détenu devant les murs d'une prison ou une institutrice en retraite, lisant dans la rue un cabas à la main sont posées et accompagnées d'un portrait rédigé par un journaliste. Deux images sur cinq montrent visiblement les titres des ouvrages.

---

<sup>68</sup> Exposition le *Livre des lecteurs*, *Photographies de Georges S. Zimbel*, Place des Arts, Montréal (Québec), dans le cadre du Festival international de la littérature, du 14 au 25 septembre 2011.

<sup>69</sup> *Lire*, mars 1986, p. 29-32, signalé par Martine Poulain dans 2000.

Une des personnes enquêtées (« lectrice » chez Robert Laffont) lit un manuscrit allongée sur un petit divan<sup>70</sup> : lectrice professionnelle, elle est la seule à ne pas donner à la lecture une valeur : « La lecture m'aide à faire le point. » dit le chauffeur de taxi, « La lecture m'a évité d'être cassé par les années de prison. » ; « Un bon bouquin doit être édifiant. Je n'ai pas de temps à perdre. » énonce l'étudiant, une pipe à la main, « Lire me permet de vivre des situations que je ne connaîtrai jamais. », dit la ménagère au cabas. La courte série constituée conclut un dossier intitulé « Ah ! Vous lisez ? » qui rassemble un jeu-test « grâce auquel vous découvrirez peut-être les motifs secrets vous incitant à dévorer tel roman ou tel document »<sup>71</sup> ainsi qu'un portrait de Catherine Deneuve en lectrice par le photographe Jean-Loup Sieff<sup>72</sup>. En 2008, *le Monde 2* réalise une enquête sur le livre numérique et l'illustre avec des portraits de lecteurs à la fois photographiques et rédactionnels. Photographiés en extérieur, appareil en main, ces lecteurs donne sens à leurs usages de supports numériques en les articulant à leur vie quotidienne. A la différence des lecteurs photographiés par Doisneau, ceux-ci sont tous présentés en extérieur, dans des lieux neutres. Ils ne sont pas entourés d'autres objets que la liseuse numérique, comme si cet objet suffisait à contenir leur monde.

### *Séries commandées : campagnes de la Direction du livre et de la lecture et de bibliothèque municipale*

La commande institutionnelle constitue un des lieux de production de séries de lecteurs. On retiendra trois exemples de ces commandes en fonction de leur type de médiatisation : diffusion de masse ; exposition ; événementialisation.

En 1985, le Ministère de la Culture engage une campagne de promotion de la lecture<sup>73</sup> qui présente la particularité de s'appuyer sur des partenaires qui ne sont pas des acteurs de la lecture publique : réseaux de transports, grands médias (télévision, cinéma) et espaces commerciaux (Planche 3/3).

---

<sup>70</sup> « C'est elle qui découvre les innombrables manuscrits plus ou moins bien dactylographiés que reçoit l'éditeur chaque jour. (...) Le soir chez elle (pour se reposer des huit heures de lecture professionnelle, Lucienne de Rozier... lit. Mais du texte imprimé. « L'attitude n'est pas la même, explique-t-elle. Avec de l'imprimé je peux me laisser aller ; quelqu'un a déjà choisi pour moi. » (*Lire*, mars 1986, p. 30).

<sup>71</sup> *Lire*, mars 1986, p. 21

<sup>72</sup> Sur la couverture, elle tient un livre de poche (Folio) entrouvert, le regard fixé sur le lecteur. Dans le dossier, la photographie présente l'actrice tenant à deux mains un livre minuscule, comme un parfum et à hauteur du nez.

<sup>73</sup> Le projet est d'ampleur et mobilise un ensemble important de partenaires à titre gracieux : Agence OCTET pour le spot de 15'' « Un livre et tu lis plus fort », partenariat avec TFI, mars 1985 ; affiches dans le réseau SNCF France rail : 7500 panneaux dans les stations grandes lignes, 2500 dans les trains de banlieue et 3000 dans les gares et espaces commerciaux (grandes surfaces) ; Métrobus ; diffusion en salle de cinéma par Circuit A (200 salles)

Cette « grande campagne, avec de petits moyens »<sup>74</sup> se veut ainsi une campagne de communication de masse militante<sup>75</sup> et s'appuie sur des figures médiatiques : comédiens, sportifs, médecins ou écrivains, etc. relativement variées (Françoise Giroud, Bertrand Blier, Denise Fabre, Carlos, Monseigneur Lustiger, Franck Margerin, etc.). De plus, l'opération vient accentuer le travail de communication publique autour de la lecture entamé depuis le début des années 80 en soulignant la valeur *vitale* de la lecture et ceci visuellement :

« Le livre est tenu serré sur le cœur « comme un enfant » d'après Lise Mercadé. Contrairement aux campagnes précédentes, *Un livre et tu vis plus fort* ne cherche pas à banaliser le livre mais à persuader de sa valeur et à encourager les lecteurs de faire l'effort nécessaire pour atteindre le plaisir de lire. » (Tarin, 1987)

Dans le spot, la musique utilisée produit une ambiance dramatique et sombre, le livre apparaît comme un être vivant plutôt que comme un objet puisque les pages viennent s'intégrer de manière docile au livre ouvert, posé dans la main du lecteur : un dompteur. Le son intradiégétique des battements d'aile contribue à *animer* l'objet dont les pages sont vierges, de même que la couverture. A ce spot désincarné, s'adjoignent des affiches-portraits des lecteurs médiatiques.

On peut considérer ainsi un premier type de série commanditée, qui s'appuie sur une distorsion entre une pratique intime et la rhétorique publicitaire.

Le second type, l'exposition, est sur le mode de la galerie de portraits. Depuis quelques années, la publication sur un site web constitue une étape documentaire ultime : la série de prises de vue et son exposition dans les murs du lieu de la prise de vue, comme par exemple dans la bibliothèque municipale de Limoges en 2007<sup>76</sup>. Sélectionnés de manière aléatoire dans une bibliothèque municipale, les lecteurs de la série sont photographiés dans un espace neutre et vide sur un fond blanc, à l'intérieur de l'équipement.

---

<sup>74</sup> *Un livre et tu vis plus fort*, dossier de presse, 1985.

<sup>75</sup> « Jack Lang affirmait dans son texte de présentation de la campagne : « Lancée et menée avec des moyens modestes, la campagne du mois du livre tire sa force de l'enthousiasme mobilisateur qui a gagné ses partenaires. » En guise de moyens modestes, ce sont 3 millions de francs qui ont été investis dans *Un livre et tu vis plus fort*. Mais cette campagne ne devait pas être perçue comme une opération publicitaire dans laquelle, logiquement, de l'argent est investi. Il fallait la présenter comme destinée à mobiliser des bonnes volontés. Énoncer clairement son prix eût sans doute minimisé son aspect militant et gratuit et amené à poser plus sérieusement le problème de son efficacité. », Tarin Laurence (1987), « En France et en Espagne, la lecture en campagne », *BBF*, n° 2, p. 134 -142.

<sup>76</sup> Jean-Christophe Dupuy, *Portraits de lecteurs*, photographies, <http://www.portraits-de-lecteurs.org/fr/>, B.f.m de Limoges, du 20 Décembre 2007 au 31 Janvier 2008.

Le troisième type de production d'une série de lecteurs est celui de la publicisation de vidéos : Comme pour l'édition 2011 de la fête de la lecture « A vous de lire ! », l'utilisation des médias sociaux y est sans surprise, le portrait témoignage portant sur la lecture/écriture de la correspondance. L'auteur Chloé Delaume trace alors sur une tablette numérique, comme sur une ardoise, quelques mots donnés ensuite à lire en « texte-carton » du spot. Diffusés sur le site web de l'événement « A vous de lire ! », ces spots vidéos opèrent une synthèse entre une pratique commune (lire des lettres) et une histoire individuelle (celle de l'écrivain).

### ***b. Expographie spectaculaire de la lecture : Alain Fleischer***

#### *Un dispositif immersif*

On s'attardera sur une commande particulière réalisée par l'artiste Alain Fleischer en 2009 pour la Bibliothèque Nationale de France où il s'agit de mettre en scène la salle Labrouste de la Bibliothèque Nationale de France promise à de prochains travaux (Planche 3/9 et 3/10, Illustration 47). L'exposition *Choses lues, choses vues* consiste en un dispositif complexe montrant la pluralité de la pratique de la lecture dans un lieu singulier. Fleischer joue du parcellaire et du morcellement dans un espace architectural sans concession : celui de la lecture savante. Dans une semi-pénombre, on découvre l'immense salle hachurée par les tables alignées, le visiteur baisse les épaules sous les voutes du plafond richement décorées, colonnes, lampes vertes et cariatides. Les rayonnages vides des mezzanines qui ornent les murs de la salle Labrouste semblent des reliquats d'une vie passée. Le visiteur devient explorateur d'un tombeau et perçoit sur les tables des centaines de cadres bleutés, mouvants : ce sont les boîtes coffrets qui contiennent les vidéos de lecteurs en train de lire à voix haute dans les lieux les plus divers (Planche 3/9).

Posés sur chaque place numérotée, ces coffrets sont substitués aux lecteurs et semblent des fenêtres, le tunnel d'Alice, un passage de l'autre côté du miroir. Dans le marron et le vert terni de la salle, les boîtes bleues paraissent magiques, tellement animées et vivantes derrière une vitre translucide qu'il faut soulever pour mieux voir. Impossible au visiteur de les visionner toutes : chaque vidéo dure une dizaine de minutes, et, tous les quarts d'heure, un écran géant se déroule dans la salle, conviant l'ensemble des visiteurs à communier devant une scène de film ou un commentaire de tableaux. La lecture du manuscrit de Victor Hugo les *Travailleurs de la mer*, réalisée par un comédien et filmée dans la même salle Labrouste donne à voir une

lecture oralisée magistrale, quasi sacrée, en raison du lien auratique qui réunit le temps de l'écriture et de la lecture (celle de l'auteur, celle du comédien).

### *Le lecteur en portraits filmés : la collection / panoplie ?*

C'est un film qui remplit le rôle de catalogue de l'exposition : réalisé avec le Studio du Fresnoy, il ouvre sur une histoire des représentations picturales de la lecture, « bien avant Gutenberg », jusqu'aux représentations de la lecture comme peinture de paysage. Alain Fleischer filme des tableaux, détails et plans focalisés sur le livre et les textes. La mise en perspective de lectures contemporaines considère le trajet de la lecture sacrée à la lecture laïque, se focalise sur les mains gantées d'une lectrice. La voix off du commentaire décrit un parcours fluide parmi les tableaux, les gros plans enchaînés réalisant des transitions douces entre les figures représentées, comme *parties* d'un même tableau gigantesque. De fait, le film de peinture rend visible des éléments peu repérables dans d'autres formes d'exposition des images, voire même dans le tableau : lissant les différences de formats entre les toiles, la pratique filmique constitue une médiation sensible qui apparaît comme un révélateur. Notamment, le film qui est diffusé dans l'exposition sur un grand écran immerge les visiteurs, les rapprochent de la chair, des corps et de la matière du papier.

Paradoxalement, la visite de l'exposition ne permet guère l'exhaustivité, et engage le visiteur à choisir à partir de la liste donnée à l'entrée de la salle et qui contient les titres lus et les noms des lecteurs ou piocher au hasard d'un parcours entre les tables. Le principe est classique, voire un peu cliché. Alain Fleischer filme des scènes de lectures, des voix hautes dans des lieux chers au lecteur filmé. Comme dans certaines recherches sociologiques, le projet de collecte vidéo est à la recherche de trajets de lecture, de parcours de lecteur. Ainsi, Alain Fleischer semble convoquer un état de l'art riche et qui a déjà largement inspiré les acteurs de la lecture, enseignants, bibliothécaires et comédiens, dans des livres, des ateliers ou des documentaires<sup>77</sup>. On pense ainsi à l'enquête de Mauger qui prend appui sur l'objet livre en présence dans la bibliothèque du lecteur mise en discours par l'inventaire oral que fait le lecteur, « trace objectivée d'une trajectoire culturelle », (Mauger, 1999, p. 13). Il s'agit d'une base pour la mémoire (qui est réactivée selon deux modes : le titre et la couverture) que les auteurs empruntent aux inventaires de bibliothèques réalisés par les historiens.

---

<sup>77</sup> Nous avons pu observer à une échelle bien différente un même type de dispositif dans un atelier de lecture à voix haute à Marseille au théâtre du Merlan. Une des modalités du spectacle comportait la réalisation d'un film par une réalisatrice, réunissant les portraits des lecteurs amateurs devant trois objets choisis par eux (Bonaccorsi, 2009).

« Nous avons reconstitué, d'une part, l'« itinéraire de lecteur » de chacun des enquêtés (...), en y distinguant des périodes, des moments clés, des livres-charnières, d'éventuelles conversions (en prenant appui sur l'inventaire des strates successives de livres sédimentés dans sa bibliothèque, c'est-à-dire l'ensemble des livres détenus au moment de l'enquête). » [Ibid.]

Pour tout cela, on peut s'ennuyer ferme devant les vidéos de la salle Labrouste qui n'ont de force qu'accumulées les unes à côté des autres, par le chuchotement collectif et synchrone qu'elles engendrent.

### *Focus sur une « scène de lecture sur écran : Sophie Bramly*

Une des « boîtes » présente une lectrice, atablée devant un ordinateur portable<sup>78</sup>. Elle lit le texte sur l'écran dont le spectateur ne voit d'abord que le dos (Planche 3/11). Le texte lu semble un texte parmi d'autres dans une mémoire documentaire (celle de l'ordinateur) : on se sent un peu chez la lectrice, dans son outil de travail. Le livre est là *encore* dans la machine, comme inachevé, un texte encore « frais » sur une surface d'apparition éphémère. La légende révèle un degré particulier de rapport entre le texte et l'écran : il s'agit d'un texte publié sur un site web, lui-même créé par la lectrice. La lecture filmée rend visible la circulation du texte, sa médiatisation : elle désigne en creux une pratique éditoriale. Sophie Bramly aurait pu lire ce texte érotique de Boyer d'Argens dans un livre, ou sous forme imprimée. C'est la trace d'une culture numérique du texte qui est ainsi affirmée, matérialisation de sa trivialité.

« Sur un écran, que deviendront les images de la lecture ? Par quels artistes ? » Ces mots de Fleischer concluent son commentaire dans le film qui parcourt les représentations iconographiques du « lisant ». Les images de la lecture étaient aussi, et peut-être avant tout, les images d'un objet, le livre, comme le signe de la place de l'homme dans le monde, un rapport de langage. Reste à dire de quoi l'écran peut être le signe : une lecture sans mémoire et sans objet ? Car derrière l'écran tout est possible et caché au spectateur : le visage du lecteur dans la lumière bleutée semble absorbé dans la contemplation d'une image, qu'elle soit une image de mots, une image d'images fixes ou animées, l'image de listes, autant de cadres dans le cadre.

---

<sup>78</sup> Alain Fleischer, « Sophie Bramly lit *Thérèse philosophe* de Boyer d'Argens (sur le site internet [secondsexe.com](http://secondsexe.com)) chez elle, à Paris », *Choses lues choses vues*, BNF, 23 octobre 2009 – 31 janvier 2010

***b. La « documentarisation » collective d'une imagerie contemporaine de la lecture : prise de vue et exposition***

*Le partage photographique : la construction de « périmètres » d'objets photographiés*

Le site web Flickr présente des usages de l'image photographique amateur structurés, comme ceux qui repose sur des communautés d'intérêt et se matérialisent par des « groupes » produisant d'autres types de séries d'images (Planche 3/1). Dans un article paru en 2009, des chercheurs pointent plusieurs caractéristiques de ces pratiques amateurs : d'abord, celle de la publicité des productions :

« au regard de la traditionnelle « séance photo » avec les proches, les sites de partage photographique proposent une transformation radicale du périmètre conversationnel en conférant, potentiellement, une large publicité à des productions qui circulaient jusqu'alors dans un périmètre étroit. » (Beuscart et al., 2008, p. 93).

Nous retiendrons particulièrement l'idée (plus que celle de la médiatisation nouvelle) que les images sont le point de départ de conversations, *par* les images (à la différence des conversations sur les images, par exemple familiales). Les *commentaires* écrits relèvent le plus souvent d'appréciations esthétiques et d'un discours sur la pratique photographique.

Ensuite, les auteurs soulignent la constitution de groupes thématiques dont certains sont fondés sur des contraintes formelles ou, de manière plus fréquente, thématiques.

« L'imposition de contraintes thématiques est aussi un moyen d'explorer en commun le périmètre des nouveaux objets photographiés par l'esthétique amateur qui accompagne le développement des pratiques numériques (...). Flickr se caractérise en effet par la très riche inventivité des créateurs de groupes pour radiographier, de manière minutieuse et continue, les objets quotidiens. » (Ibid., p. 119)

Ainsi, il apparaît que l'infraordinaire constitue un des points d'entrée de ces groupes, produisant sur la pratique de la prise de vue elle-même un effet structurant : « parmi les traits nouveaux de l'activité photographique amateur, les observations qualitatives (...) insistent sur la quotidienneté de la pratique photographique (à la différence d'une pratique focalisée sur certains moments clés de la vie sociale). » (Ibid., p. 120).

Le groupe « People Reading » comprend plus de 1200 membres et est constitué autour de la scène de lecture répond spécifiquement à ces caractéristiques, puisque, à l'instar des photographes André Kertész et Georges S. Zimbel, il est *toujours* et *partout* possible de photographier des lecteurs, anonymes ou proches. Dans ce corpus les statuts des images se

déplacent de manière très singulière de l'intime au collectif ; ainsi, les photographies de proches en train de lire s'insèrent dans l'ensemble, trouvent une place de fait dans un rythme figuratif dont nous avons émis l'hypothèse dans le chapitre 2 qu'il reposait sur la filiation des postures : un modèle, des mains, un livre/texte imprimé. Lieux publics, espaces privés, enfants, etc. : relativement hétérogènes, ces images réunies par le geste documentaire des amateurs constituent un discours documentaire sur la lecture tout à fait particulier. Plusieurs groupes s'en rapprochent : « I love Reading ! », « People reading in public spaces », « People reading newspaper », etc. De fait, la liste est longue des groupes rattachés à la thématique de la lecture et elle témoigne d'entrées documentaires distinctes : liée au support (sa matérialité, son genre) ou au lecteur (femmes lectrices) (Planche 3/2).

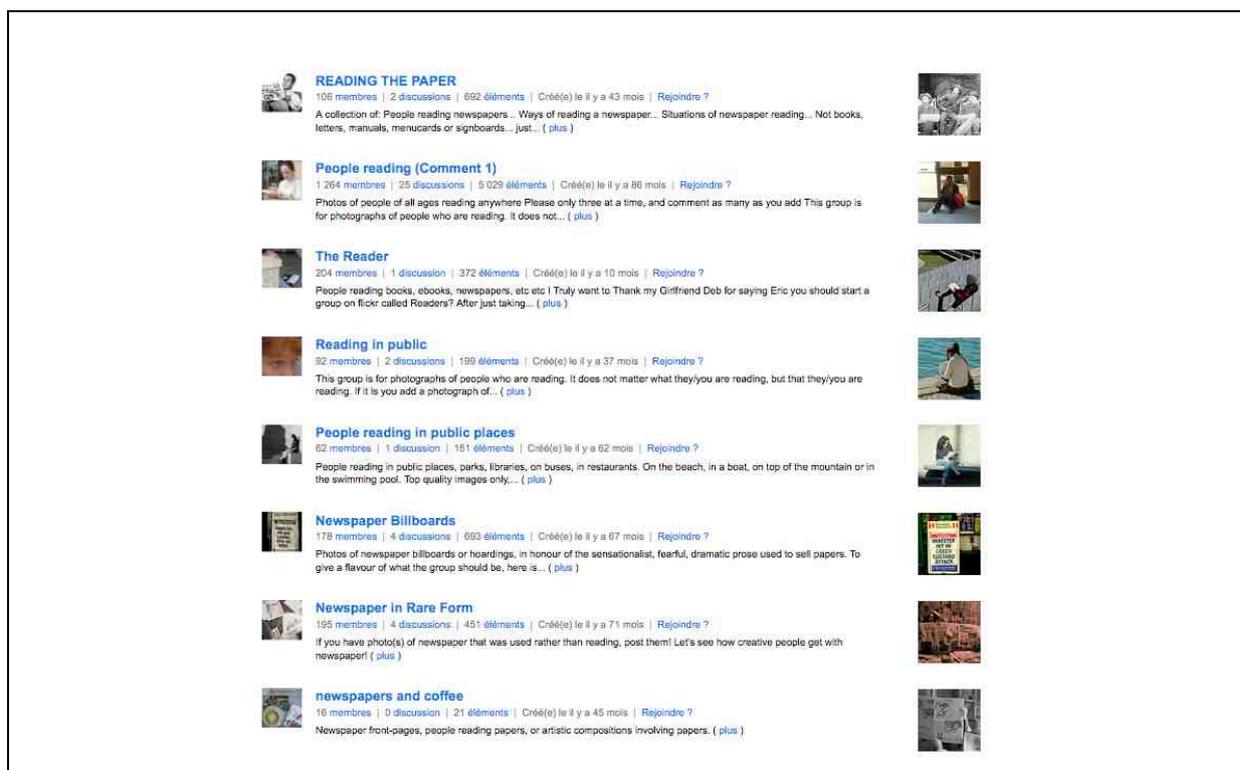


Illustration 48. Résultats de l'interrogation « Reading » dans Flickr, consulté le 7 mars 2012.

« People Reading », assez général, fait souvent lien avec les autres groupes (les photographes y « taggant » leurs images en fonction du sujet). C'est la production d'un discours documentaire dans ce groupe que nous abordons ainsi plus en détail. Comment les projets individuels croisés donnent-ils lieu à un discours commun sur la *documentation* de la lecture, qui ne soit pas le seul fait du dispositif documentaire du site web ?

### *Le discours documentaire dans People Reading*

Nous avons recentré notre observation à partir de la requête « Kindle » puis « iPad » dans le groupe « People Reading »<sup>79</sup>. Le titrage et le légendage des photographies constituent un des gestes principaux de documentarisation par les auteurs : on considérera ainsi ces images sélectionnées à partir d'une capture d'écran du site Flickr, présentant les images avec un titre attribué par le contributeur (Planche 3/5, 3/6, 3/7, 3/8).

A partir de la réunion de quatre images, on voit apparaître deux figures énonciatives caractéristiques de ce discours documentaire.

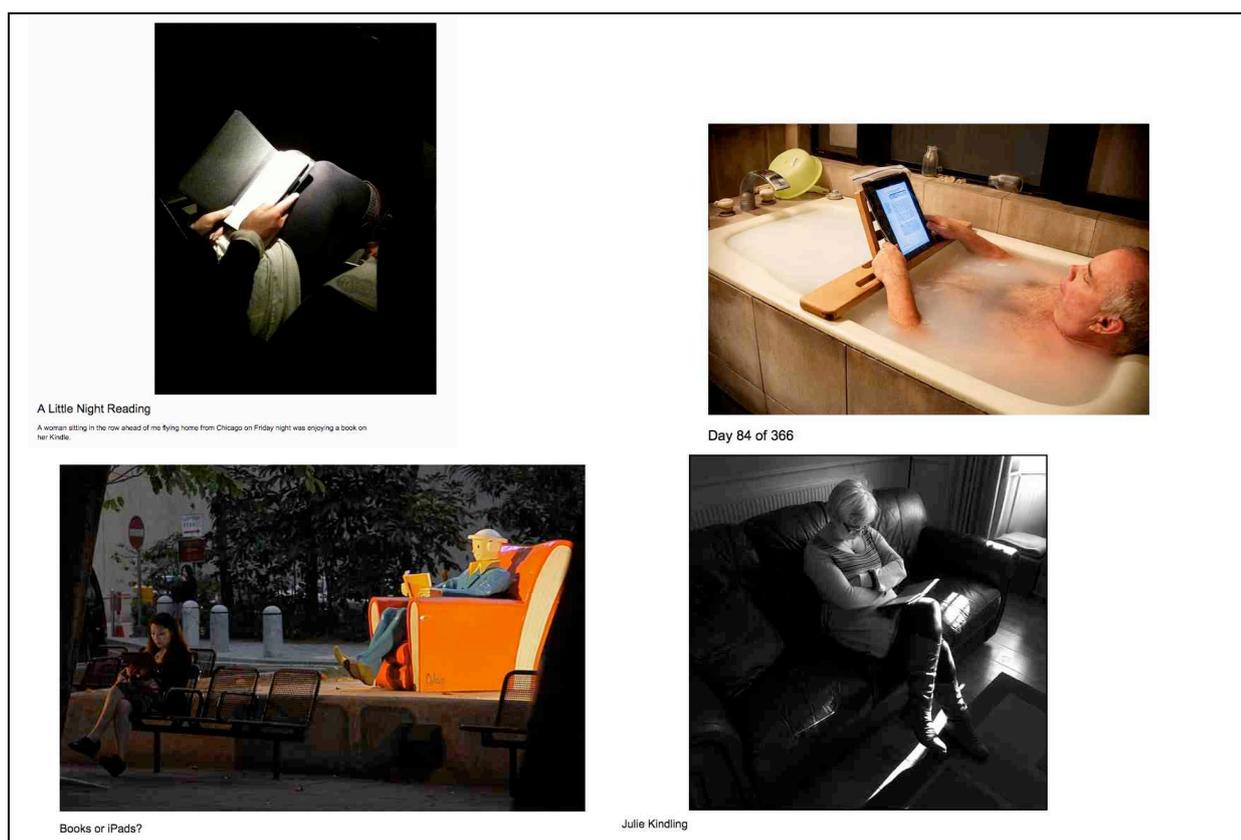


Illustration 49. 4 photographies. Groupe « People Reading ».

- Première figure énonciative : le récit de la prise de vue

« A Little Night Reading » montre un livre ouvert, la lumière focalisée sur l'objet ne permettant pas d'en percevoir le texte. Les mains de la lectrice contrastent, comme dans les

---

<sup>79</sup> Après plusieurs essais (ipad, ebook, reader, etc.), il s'est avéré que le terme Kindle donnait lieu à un ensemble de résultats cohérents, réunissant d'ailleurs d'autres supports de lecture numérique que le Kindle, comme l'iPhone ou l'iPad.

tableaux de Rembrandt, avec l'ombre du reste de l'image. En plus du titre, l'auteur a rédigé une légende qui informe sur la vie personnelle de l'auteur en même temps qu'elle permet de préciser l'image : une figure féminine cachée par le siège d'un avion. « Une femme assise dans une rangée proche sur mon vol de retour depuis Chicago durant la nuit de vendredi, savourait un livre sur son Kindle »<sup>80</sup>. Le geste documentaire tient ainsi dans l'interstice entre un récit de la prise de vue (reflétant l'attention quotidienne au surgissement de la thématique de la lecture), un ancrage informationnel dans un lieu (la plupart des images sont situées) et une temporalité dont on infère dans l'exemple qu'elle est repérable à partir de la date de mise en ligne de l'image, c'est-à-dire qu'elle repose sur l'acte même de publicisation. Le titre de la deuxième photographie « Day 84 of 366 » renvoie à la pratique du journal intime et photographique quotidien : ici, cette pratique croise le groupe par le motif de l'autoportrait. En creux, l'image contient des traces de sa production intentionnelle et mise en scène (la mousse dans l'eau, voile pudique, en est un des indices)<sup>81</sup>.

« Je me souviens de cette baignoire rose où je passais le plus clair de mon temps à rêver et à lire. J'aime être dans l'eau pour lire. C'est sûr que je suis un animal aquatique. Je fais couler l'eau. Je dépose à mes pieds un téléphone, un réveille-matin (sinon je risque d'y passer la journée entière sans m'en apercevoir), une petite serviette pour m'essuyer les mains avant d'ouvrir le livre. Ainsi équipé je peux commencer à lire, et à partir de ce moment, la planète peut s'agiter comme elle veut, je reste indifférent. Plus justement, je suis dans un autre monde avec de nouvelles préoccupations. »<sup>82</sup>

- Deuxième figure énonciative : décrire les pratiques et les interroger

« Julie Kindling » : ce titre propose un néologisme qui situe la photographie correspondante dans un entre deux entre collecte de moments intimes/volés (Julie) et le mot « kindling » constitué par la contraction de Kindle et de reading. Prise en plongée, la scène plutôt bien composée et traitée en noir et blanc, témoigne d'une esthétique soignée (format carré, lumière) et d'un certain savoir-faire photographique. Pourtant, si cette image évoque directement les séries de lecteurs de Kertész ou Zimbel, elle ne se réinscrit dans une série que

---

<sup>80</sup> « A woman sitting on the raw ahead of me flying home from Chicago on Friday night was enjoying a book on her Kindle », Jamie Mck2001, <http://www.flickr.com/photos/jamiemck/5236710732/>, consulté le 20 mai 2012.

<sup>82</sup> Extrait du « Journal d'un lecteur en dix instantanés, Danny Laferrière, 9. Cahier central, In Zimbel G. S., *Le livre des lecteurs*, Lyon Lieux dits, 2011.

dans le contexte du groupe thématique, et signale ainsi l'acceptation (la *soumission*) de son auteur à sa confrontation avec d'autres images et discours sur la lecture.

Pour exemple, la troisième photographie « Books or iPads ? » repose sur une comparaison. L'image est divisée en deux parties, d'une part la sculpture/fixe lisant un livre-pierre, et de l'autre la passante. La dialectique entre les deux types de support est fréquente dans les séries consultées, elle manifeste en quelque sorte une méta-énonciation sur le geste documentaire lui-même : au fond, pour certains des contributeurs, « People Reading » réalise un lieu d'interrogation en images des transformations des pratiques de lecture par l'écran. Le lutrin utilisé par le lecteur dans sa baignoire est une manifestation concrète de ces évolutions.

Témoins quotidiens de ces usages, ils ne peuvent que les intégrer en raison des conventions de leur pratique photographique qui semblent en filiation avec certaines traditions de la photographie documentaire (instant décisif, straight photography).

En effet, la puissance du dispositif médiatique est bien de produire en séries documentaires des images dont les intentions documentaires singularisées sont hétérogènes voire divergentes. Par exemple, la série du groupe « I love my Kindle » réunit aussi bien des autoportraits que des carnets de voyage, croquis à l'aquarelle d'écrits d'écrans.

Les « projets » dont on a pu entrevoir la diversité convergent néanmoins de manière étonnante à partir du point d'accroche de l'iconographie de la lecture et de son histoire. Ainsi, c'est bien à partir du consensus sur la « polymorphie » de la lecture que le projet du groupe « People Reading » s'établit : l'écran peut alors y apparaître par ses pratiques photographiées selon une esthétique qui les inscrivent dans une histoire des représentations de la lecture.

On a interrogé ici deux dimensions majeures de l'exposition de l'écran, depuis les murs de la ville jusqu'à sa médiatisation : les modalités de la *publicité* du texte numérique relèvent de différents déplacements du statut de l'écran.

En tant que surface d'affichage, il prend place parmi un ensemble d'autres supports de publicité, comme l'affiche imprimée ou le panneau déroulant dont il reprend certaines caractéristiques formelles, tout en manifestant sa différence.

Ensuite, une deuxième modalité est celle de l'exposition d'images de l'écran dans un exercice de mise en série de scènes de lecture. On peut dire que le projet documentaire du « recueil » d'images thématiques constitue un genre constitué pour la lecture, porté par des auteurs et soutenu par les politiques publiques de promotion du livre et de la lecture, mais également réinvesti par des amateurs. Ces différents exemples sont autant d'indices d'une culturalisation de l'écran qui passe notamment par la reproduction de modèles tout en produisant de micro-

déplacements des modèles dans la rencontre même des images entre elles. Tout naturellement, ces tensions entre une *conformation* des corps et l'invention de « narrations collectives » nous conduisent à nous concentrer sur le « corps lisant » dans le chapitre qui vient.

## Chapitre 6. Le silence des corps lisants : gestes, objets, fétiches

---

Nous sommes un corps lisant qui fatigue ou qui somnole, qui baille, éprouve des douleurs, des picotements souffrent de crampes. Il y a même une institution du corps lisant. (...) Il suffit de regarder une photographie d'écrivain prise à la fin du siècle dernier pour comprendre (et voir) ce qu'on entend physiquement (et donc idéologiquement) par lire. A cet égard, il conviendrait d'établir une histoire des représentations (des poses) à valeur de modèles de l'acte de lire. Il y a une dialectique inscrite dans l'histoire du corps et du livre. (Goulemot, 1993, p. 117).

Georges Perec rappelait que la lecture devait être « ramenée à ce qu'elle est d'abord : une précise activité du corps, la mise en jeu de certains muscles, diverses organisations posturales des décisions séquentielles, des choix temporels, tout un ensemble de stratégies insérées dans le continuum de la vie sociale. » (Perec, 2003, p. 109). La mobilisation du corps dans la lecture est donc affaire de muscles, de temps et de lieu et si la lecture oralisée mettait à contribution le corps d'une manière plus *visible*, spectaculaire (manducation, souffle, voix), la lecture silencieuse persiste comme « une geste de l'œil » (de Certeau, 1990, p. 253). Retrait du corps manifeste : Michel de Certeau parle d'une « autonomie de l'œil [qui] suspend les complicités du corps avec le texte, (...) le délie du lieu scripturaire . » (Ibid.). Pourtant, cette analyse pose certains problèmes, en partie parce qu'elle est fondée sur une théorie de la pratique culturelle qui souhaite défaire les frontières entre production/consommation. On peut relever deux « problèmes ».

Le premier est celui l' « autonomie » de l'œil qui donne à penser que l'esprit est ainsi disjoint du corps. Pourtant c'est une activité *incorporée* (une gestuelle oculaire prend en charge l'espace de la page, la largeur de la ligne, qui « vise » une diagonale, etc).

La deuxième difficulté porte sur la jonction qui est faite entre « autonomie », « retrait » « mise à distance » et, *in fine*, déliaison (voire délivrance ou libération ?). De fait, si l'on suit de Certeau, la lecture silencieuse n'est pas une activité passive, justement en raison de la

coupure entre le corps et le système imposé (ce qui est fixé, déjà produit : « le lieu scripturaire »), condition de la libération du lecteur.

Or, troisième problème, cette perspective gomme de manière assez radicale d'autres dimensions de la corporéité de la lecture : toucher, manier, ressentir, s'orienter.

« La lecture correspond à une difficulté cognitive plus grande : les signes sont répartis dans un espace symbolique, un espace « au second degré », produit d'une culture, qui demande une interprétation complexe. Pour autant, le corps ne cesse de se projeter. Sans que nous en soyons forcément conscients, cette projection corporelle traverse toute représentation scriptovisuelle. Ainsi, l'orientation spatiale du corps et l'orientation spatiale de l'écriture sont en relation étroite : verticalité et latéralité. (...) Ces repères orthogonaux sont génétiquement construits, puis renforcés par la culture dans laquelle nous sommes plongés. » (Béguin, 2001, p. 147).

La lecture numérique repose différemment ces questions et invite à penser retrospectivement la part du corps dans la lecture<sup>83</sup>. D'abord, les « opérations lisantes » apparaissent moins uniquement rattachées à l'œil (comme un quasi point de contact avec la pensée) qu'à d'autres manifestations du corps comme la posture, la gestuelle, le mouvement. Ensuite, les analyses des iconographies de la lecture ont particulièrement souligné les codifications figuratives du corps lisant notamment à partir de trois entrées : le rapport avec l'objet support du texte (manier, tenir, désigner), la posture dans un espace temps (lumière, position), l'orientation du regard et l'expression. La distance du corps au livre, le geste qui désigne le livre fermé ou au contraire ouvert, suivant avec la main : certaines de ces gestuelles comportent un triple niveau, déictique, figuratif et symbolique (Béguin et al., 2003).

C'est à la condition de ce second degré des images que nous interrogeons dans ce chapitre les corps des lecteurs.

« Les œuvres esthétiques ont construit une image du corps et de ses signes à partir de savoirs et d'observations – parfois de suppositions - et ces images à leur tour se donnent à lire et à interpréter... Le silencieux langage du corps est bruisant des discours qu'il véhicule et qu'il génère » (Drouin-Hans, 1995, p. 2)<sup>84</sup>

Le parcours dans les planches d'images est organisé en trois axes qui vont de la représentation standardisée du corps à l'élection du texte/objet en fétiche. Premièrement, la publicité

---

<sup>83</sup> Bien sûr, ces problématiques sont présentes dans les travaux des historiens comme le souligne Christian Jacob : « Les historiens de la lecture ont réintroduit le corps et les gestes dans ce que l'on pouvait facilement considérer comme un processus désincarné. » (Jacob, 2003, p. 18)

<sup>84</sup> Drouin-Hans, Anne-Marie (dir.) *Le corps et ses discours*, l'Harmattan, 1995.

détermine une codification de la représentation des gestes de la lecture qui engendre à un second niveau des détournements et parodies de cette rhétorique. Le deuxième axe aborde plus spécifiquement ces migrations contradictoires de motifs codifiés (gestuelle, plastique charnelle). Le troisième axe développe une dimension singulière des figurations du corps lisant à partir de l'hypothèse que le discours visuel publicitaire fait glisser les gestes de la manipulation (valeur outil du texte/machine) vers une valeur interprétative (celle de la lecture) et participe à modifier le statut symbolique du texte et de la machine à lire.

## 1. Industrialisation du corps lisant et taxinomies gestuelles

Tous les objets modernes se veulent d'abord maniables. (Baudrillard, 1968, p. 74).

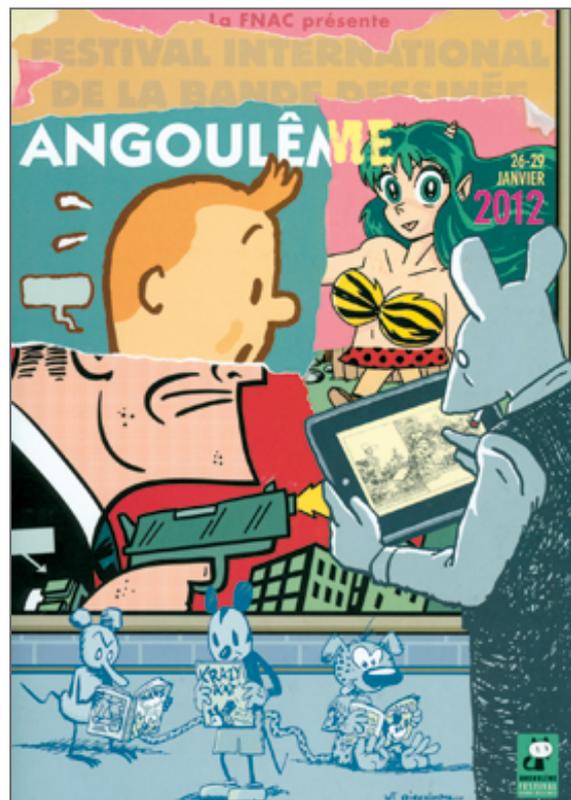


Illustration 50. Art Spiegelman, Festival de la bande dessinée d'Angoulême, Affiche, 2012.

L'affiche réalisée en 2012 par le dessinateur Art Spiegelman pour le festival de bande dessinée d'Angoulême met en scène des lecteurs sur un quai de métro, mêlant personnages de *comics*, albums et tablette numérique. Art Spiegelman concentre un discours sur la lecture de

la bande dessinée qui intègre à la fois des temps et des lieux de la lecture (la mobilité, l'attente, l'urbanité), un patrimoine et des institutions (auteurs, textes, festivals) et une pensée des mutations des supports éditoriaux. Le lecteur de trois-quart dos a un doigt posé sur le texte à l'écran, en contraste avec les autres lecteurs qui tiennent à deux mains leurs albums. Il lit en *manipulant*, en *maniant* le texte, en le *touchant* comme un objet. Image troublante du regard vide de la souris posé sur l'écran et qui fait le lien entre l'autrefois et le maintenant par sa main, selon une posture qui a un goût de déjà-vu.

On fera l'hypothèse, pour engager ce chapitre, que les représentations visuelles des gestes de la lecture constituent bien des médiatisations, en ce qu'elles « miment les gestes employés dans l'interaction courante, en produisent une stylisation et deviennent ainsi, pour nos propres conduites, des modèles, explicites ou inaperçus ». (Kessler, Jeanneret, 1995, p. 73). Ainsi, on a montré dans le chapitre 4 plusieurs dimensions de la codification du corps par les publicitaires. Nous considérons à présent selon trois entrées la production d'une taxinomie gestuelle de la lecture sur écran : la première aborde directement la grammaire des gestes inscrite dans le support lui-même, la deuxième décrit une stylisation qui est celle de la démonstration, la troisième analyse la redondance et la répétition des figures du corps (postures, fragmentation) dans les représentations iconographiques<sup>85</sup>.

### ***a. Manier, grammaires de la gestualité***

#### *Gestes optimaux pour la manipulation*

Depuis longtemps, Annette Béguin s'intéresse au rôle du corps dans la lecture. Elle a interrogé la lecture à l'écran selon ce postulat, rappelant le caractère *orienté* de toute lecture d'une part, et d'autre part, distinguant les machines à écran des instruments de lecture de type lutrin ou « machine à lire » manuelle :

« L'analogie est intéressante à examiner mais la différence est importante : le corps virtuel se projette dans le dispositif à l'écran, avec les schèmes moteurs de la lecture de livre qu'il a déjà intégrés, mais, contrairement à ce qui se passe pour le support papier, le sujet est invité à agir non sur le support, mais sur les signes du dispositif en utilisant un outil. » (Béguin, 2001, p. 148)

Ainsi, la manipulation est resserrée dans l'espace du cadre de l'écran, même si elle peut être outillée par la souris, un bouton ou encore par le doigt dans le cas des écrans tactiles.

---

<sup>85</sup> Annexe, Planche 4.

L'activité du corps est concentrée dans cette surface, que cette activité soit médiée par des outils périphériques ou intégrée dans l'écran. « Le corps est donc une partie prenante essentielle dans la constitution de l'objet-texte, dont les dimensions anthropologiques (...) sont pourtant primordiales dans la construction du sens comme dans la production matérielle de l'objet lui-même. » (Jeanneret et al., 2003, p. 104). Dans les tableaux interactifs, la manipulation est immersive, le corps du lecteur baignant dans le texte. Mais la *manipulation* est aussi plus que jamais objet de discours, comme l'illustrent bien les ateliers organisés par le Labo BNF sur « Les nouveaux gestes de la lecture », sur lesquels nous reviendrons plus avant dans le chapitre<sup>86</sup>.

En 2007, la présentation de l'iPhone par Steve Jobs décrit une évolution technologique chronologiquement séquencée à la manière de l'invention de l'outil par les hommes préhistoriques : la souris, le *Click Wheel* (ou molette cliquable) et l'écran *multi-touch* (Planche 4/4). Dans la capture d'écran réalisée, on voit comment la technologie de l'écran tactile - contrairement aux deux autres - est présentée avec le profil d'une main : en effet, pour apparaître révolutionnaire et en rupture avec les innovations antérieures, il est nécessaire de démarquer le nouvel objet. D'une certaine manière, « l'outil n'existe que dans les mains de celui qui le manie. » (Leroi-Gourhan, cité par Martin-Juchat, 2008, p. 83). On se situe ici en amont de l'utilisation codifiée du corps affectif par les publicitaires que décrit Fabienne Martin-Juchat puisque c'est un corps sans émotion ni affect qui apparaît ici. Il s'agit d'une incorporation du geste optimal pour la manipulation de l'objet technologique.

### *Le geste optimal*

Ce geste appartient ainsi à un ensemble composé d'autres gestes (une gestuelle) qui *visent* à faire fonctionner l'appareil et doit répondre à une grammaire qui nécessite une certaine précision.

Le brevet déposé par la firme Apple en est une trace, de même que la fiche d'utilisation d'un appareil comme le Blackberry (Planche 4/3). Ces documents décrivent une typologie des gestes optimaux, correspondant à une véritable représentation diagrammatique faisant de l'écran un espace balisé, marqué, comme une carte. La marque Blackberry est particulièrement représentative de cette sémiotisation de la lecture, jusqu'à l'abstraction du corps même. Des cercles et flèches lumineux déterminent des zones à toucher, à la fois *fixes*

---

<sup>86</sup> « Les nouveaux gestes de lecture », du 11 avril au 30 juin 2012, Labo BNF.

mais dont les fonctionnalités dépendent aussi de *trajets* (glissements) d'une zone à l'autre. La gestuelle est prévue par ces zones-repères invisibles parce qu'elle correspond à un déplacement sur la surface de l'écran (en regard, ouvrir une application logicielle appelle un geste de manière visible, par la présence d'une icône qu'il faut toucher avec le doigt comme avec le curseur d'une souris). Les écrans tactiles *multi-touch*<sup>87</sup> ont singulièrement infléchi le rôle du corps dans la lecture, en ce que leurs utilisations reposent sur des gestes codifiés associés à des activités éditoriales (agrandir le texte, supprimer un document, etc.) qui ne sont pas toujours représentées par un texte (« glisser pour ») ou une icône (Planche 4/5).

Le guide des « Touch Gesture Reference Guide »<sup>88</sup> produit par des designers à destination des concepteurs de contenus éditoriaux constitue une véritable grammaire qui abstrait le geste de l'écran (l'écran est absent) : les gestes sont chacun représentés par un schéma comprenant une main (ou deux), des repères (points) et des flèches. Certains gestes sont séquentialisés (*Pinch* ou *Spread*). Tous sont titrés et décrits par un énoncé linguistique. La liste réalisée inscrit la taxinomie gestuelle par la reformulation en pictogrammes : se définit une gestualité de la lecture en amont du texte, par la technologie. Surface à manipuler (« pincer », « élargir ») l'écran tactile implique la réalisation de gestes qui ne peuvent/doivent pas modifier visiblement sa matière (comme casser la vitre pour appeler les secours !), et dont la réussite dépend d'une réponse du texte lui-même (*visiblement* déplacé, étiré, réduit, etc.).

Les images de cette gestualité associent le mouvement du texte (son défilement vertical ou horizontal, comme dans une « machine à vues ») à une monstration de la gestuelle associée : maintenir le support, manipuler l'outil. La miniaturisation des écrans dépouillés des périphériques, les écrans tactiles (tableaux) conduisent à une focalisation sur la gestualité associée dans des « démos » (répondant à une démarche de présentation des produits) : présentations devant la presse et les actionnaires, salons, etc., souvent filmées et circulant comme de véritables communiqués de presse auprès des supports de publication spécialisés (webzines technologiques, presse en ligne, leaders d'opinion, blog). De même, les rubriques tests de ces médias produisent leurs propres images, enregistrant les essais, créant autant d'images filmiques ou photographiques de la manipulation des supports de lecture, autant de représentations du « ballet » gestuel de l'engagement corporel dans la lecture (Jeanneret et al.

---

<sup>87</sup> Ecrans capacitifs : fonctionnent avec une grille électriquement chargée, toucher l'écran provoque un déficit qu'un algorithme permet de localiser. Détermine les points d'impact, le sens du mouvement, et la pression.

<sup>88</sup> *The Touch Gesture Reference Guide*, Craig Villamor et al., <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1071>, consulté le 15 novembre 2011.

2003, p. 155)<sup>89</sup>. La capture d'écran tirée d'une recherche dans le moteur Google images fait acte de l'homogénéité des représentations visuelles d'une part, mais aussi de la dynamique mimétique qui conduit différents acteurs, qu'ils soient industriels technologiques, médiatiques ou encore amateurs, à produire un discours visuel homogène, répondant à la nécessité de montrer l'usage en laissant voir l'objet (Planche 4/2).

### ***b. Indiquer, accentuer, déterminer : poétique du détail***

Le corps représenté est avant tout impliqué par les mains, qui ont une double fonction : présentoir (Peninou, 1972, p. 254), elles exposent et supportent l'objet (en le soutenant verticalement) ; outil, elles font exister l'objet en le manipulant. « Le gros plan et le très gros plan sont tout à fait adéquats à la description de ces parties du corps en action », « pour souligner le lien entre le geste (...) et les éléments du dispositifs. » (Hirano, 2006, p. 75). Le geste est rattaché à l'objet, à contrario de la posture qui est renvoyée à l'espace (Planche 4/8). Ainsi, Georges Peninou parle de « publicité de la désignation » pour définir les discours publicitaires qui reposent essentiellement sur la monstration du produit :

« Elle est *directionnelle* et donc focalisante, en guidant délibérément le regard vers l'élément du message sur lequel on veut attirer l'attention (...). Elle est *accentuative*, puisqu'elle est une marque de l'insistance. Elle est *déterminative*, puisqu'elle est l'expression gestuelle élémentaire de la fonction grammaticale assumée par les démonstratifs. » (Peninou, 1972, p. 252).

Les trois registres déterminés pour cette « désignation » (directionnel, accentuatif, déterminatif) sont particulièrement intéressants pour spécifier les fonctions démonstratives du corps lisant figuré mais qui ne relèvent pas à l'exclusive de la publicité.

#### *Indiquer le sens : orientations*

Comme on l'a vu au début de cet essai à propos de l'image d'un jeune garçon filmant le texte de sa liseuse Kindle à l'envers, faire voir *dans le bon sens* n'est pas une question périphérique et relève plus largement de l'orientation de la lecture et du support (Illustration 17). Les mains (doigts) désignent et orientent un texte, conditionné par le support technologique. En cela la désignation est à double niveau.

---

<sup>89</sup> Dans cette recherche qui portait sur la lecture en « actes », une véritable grammaire gestuelle a été réalisée selon trois temporalités relationnelles (engagement, retrait et écoute). Comme le souligne les auteurs, une typologie de base est repérable, conduisant à une représentation figurative des postures (attente, clic, saisie, clic, etc.) (Ibid., p. 105).

« Dans la procédure classique c'est une trace matérielle, un état final et immédiatement visible qui est livré au public. (...) Dans l'inscription numérique l'aspect visible de l'objet est conditionné par le dispositif de visualisation ou d'impression et dépend de l'intervention de celui qui regarde. » (Quinton, 2002, p. 7).

Dans les images, le corps désigne parce qu'il regarde. Mais à la différence des tableaux de scènes de lecture, c'est moins l'orientation du corps lisant et du regard qui indique le sens, que l'index, au sens strict : cette poétique du détail apparaît ainsi comme une modalité énonciative accentuative, deuxième registre observé par Georges Péninou.

### *Insister*

L'insistance répond à la tension entre l'unicité de l'écran (et de la machine) et la pluralité des textes et des usages. Le corps fait lien entre le texte et le support et il contribue à inscrire l'uniformité (la machine) dans la variété. La redondance d'une gestualité codée dans des séries répond aussi à une fonction d'insistance, qui peut prendre la forme stricte du mode d'emploi mais, plus largement, qui redouble l'enjeu de l'image qui est de montrer l'objet. Autrement dit, quels que soient les énonciateurs, la part innovante associée aux supports électroniques de la lecture est l'objet premier : la désignation répète cela, lissant les différences d'origine énonciative. Le geste est à la fois celui qui désigne le texte (*voyez ce texte et re-connaissiez-le*) mais qui désigne également la machine (*voyez cet outil et voyez à quel point il est toujours unique et toujours différent*). A un troisième niveau, la désignation porte également sur la représentation (*voyez que je suis en train de montrer*). Art Spiegelman élabore son affiche au carrefour de ces trois niveaux, comme si l'innovation technologique constituait un niveau du discours qui ne peut être gommé.

### *Déterminer*

Sans lieu, le corps lisant est parfois est détourné dans une blancheur sidérale et abstraite qui conditionne l'efficacité de la rhétorique de la démonstration. Le détail de la main remplace les figurations de l'œil dans les affiches de promotion du livre et de la lecture<sup>90</sup>. On peut interpréter ce remplacement du démonstratif « œil » par celui « corps/main » comme un glissement fondamental du paradigme de la lecture « autonome » (une geste de l'œil) vers un paradigme d'abord fondé sur l'expérience physique liée à la manipulation du texte-objet. Ce discours sur l'écran et la lecture est ainsi d'abord celui d'une gestualité.

---

<sup>90</sup> A l'instar du slogan « Plaisir des yeux... joie de l'esprit » pour l'éditeur Larousse. Jean Carlu, *Plaisir des yeux... joie de l'esprit ! Offrez les beaux ouvrages Larousse*, affiche, 1967, lithogr. en coul. ; 127 x 90 cm.

Dans les affiches réalisées par Gunter Rambow pour l'éditeur Fisher à la fin des années soixante-dix, la main est associée au texte en tant qu'elle est celle qui écrit : le geste est caractérisé par le mouvement et la visée (qui laisse des traces visibles, le texte manuscrit ou la signature). Quand elle n'écrit pas, la main porte le livre-objet, sans relation avec le texte.

### *Objectivité, neutralité : les mains encyclopédiques*

La série des images publicitaires pour les tablettes iPad mobilise des signes plastiques tout à fait particuliers : si, de loin, les images apparaissent comme des photographies, la lumière comme la qualité plastique des mains ou de l'écran les renvoient plutôt à la peinture (Planche 1/7 et 1/10). On rencontre à cet endroit à nouveau la question du trompe-l'œil, motif singulièrement exploité dans ces publicités. Que les corps soient saisis en plan rapproché ou en gros plan, c'est la même plasticité de la chair : inerte, lisse, asexuée. Les vêtements laissent entrevoir quelques indices quand ils sont visibles, même par fragments. Dans les publicités les plus récentes, les vêtements n'apparaissent plus du tout.

Le geste de lecture ainsi abstrait semble s'auto-désigner comme geste, ou, plus précisément, faire *chose/objet* comme l'objet technique qu'il manie (Planche 4/10). La neutralité ainsi produite est proche des représentations du geste dans les planches de l'encyclopédie des Lumières où « le principe [de démonstration] se généralise, attribué qu'il est à de multiples voix, à des mains dont les index pointent vers de multiples objets<sup>91</sup>. » (Starobinski, 1995, p. 173).

Le corps fragmenté apparaît ainsi dans l'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert selon une perspective qui est celle de la communication scientifique et qui répond d'abord à la fonction de « démontrer » :

« C'est une entreprise de démonstration généralisée, animée par le désir de voir, de montrer ou plutôt d'exposer au grand jour, de décrire, de représenter, et même de représenter doublement, par le « traité » écrit et par l'image. (...) : « On pourrait démontrer par mille exemples qu'un dictionnaire pur et simple de langue, quelque bien qu'il soit fait, ne peut se passer de figures, sans tomber dans des définitions obscures ou vagues. (...) On a envoyé des dessinateurs dans les ateliers. On a pris l'esquisse des machines ou des outils. On n'a rien omis de ce qui pouvait les montrer distinctement aux yeux ». » (Starobinski, 1995, p. 172).

---

<sup>91</sup> C'est nous qui soulignons.

S'y déploie « un espace qui conjugue une conception du savoir avec un imaginaire de la relation corporelle au monde » (Jeanneret, 2008). Des corps en situation côtoient des mains « amputées », figurant le geste parfait, dans une organisation scriptovisuelle de la page qui cherche à voir « *derrière* le monde » (Barthes, cité par Jeanneret, 2008). Il s'agit à la fois de montrer le mouvement (une courbe) et une gestualité (des points).

### ***c. Sémiotisation d'une gestualité propre au texte numérique : pictogrammes et énoncés linguistiques***

L'industrialisation des corps lisants s'observe comme on l'a vu à travers la sémiotisation de gestes de lecture du texte numérique et l'on s'attardera ici sur deux formes possibles. La première est comprise dans le texte même, comme outil. La seconde est extérieure au texte et au cadre de l'écran, mais elle semble représenter moins un lecteur socialisé qu'une condensation de la première forme avec les grammaires gestuelles analysées.

#### *Corps médians*

L'industrialisation des corps lisants s'inscrit dans le texte même à travers les outils de lecture qu'il contient. Un livre numérique pour iPad est introduit par des préliminaires qui condensent à la fois une organisation documentaire (un « menu ») et le livre, forme cliquable pour « lire »<sup>92</sup> (Planche 4/7). Un pictogramme signale le geste à réaliser : l'index déplié désigne le mot « *read* » situé en bas à droite de la couverture en fac-similé de l'ouvrage. D'une part, l'actualisation du texte est doublement indiquée par le pictogramme en transparence et par l'énoncé linguistique, d'autre part, la relation entre ces signes et le geste à effectuer (toucher l'écran à cet endroit) dépend d'une culture gestuelle qui est celle de la lecture du livre imprimé que l'on feuillette généralement à partir du bas des pages, mais aussi de la pratique de la souris informatique dont le curseur est repérable par son iconicisation en une « petite main » (outil symbolique).

« Quelque chose de l'homme se trouve, de par le mouvement qu'elle reproduit, représenté au milieu des objets. Utiliser un ordinateur s'est donc tout d'abord se penser comme un désignateur. Le choix de la flèche et du terme pointeur pour la nommer, dictent implicitement cette posture. Se voir matérialisé à l'écran sous cette forme détermine pleinement le rôle que l'on pense pouvoir y tenir. Même si elle est souvent remplacée par d'autres signes (comme une main, un trait ou un sablier) elle

---

<sup>92</sup> William Joyce, *The Fantastic Flying Books of Mr Morris Lessmore*, 2012.

incarne le mode d'action possible et confirme la dimension éminemment spatiale du travail à l'écran. » (Després-Lonnet, 2005, p. 132)

L'inscription du corps dans l'écriture même rappelle également les analyses de Philippe Quinton à propos des mutations de la corporéité dans la pratique du dessin : « Le corps médiant ne serait plus réel mais reconstruit (modélisé) à l'intérieur même du dispositif d'inscription, corps infatigable et toujours disponible pour travailler (jamais en panne, en principe...). » (Quinton, 2002, p. 9). La « petite main » semble avoir des vertus opératoires particulièrement denses : elle montre un lieu du texte affiché (une marque invisible) qui conduira à sa transformation, et incarne en même temps le corps du lecteur en le modélisant, en s'y conformant (c'est bien avec son index que le lecteur appuiera à l'endroit désigné). Ici, la transparence plastique de la main détermine son statut d'outil par contraste avec les autres signes présents sur l'écran : une couche sur une autre couche d'écriture.

### *Corps médians hors cadre*

Les séries spectaculaires des mains-supports des publicités pour les liseuses Kindle, font du corps médiant une extériorité : les mains qui présentent les appareils sont toujours identiques et renvoient à des corps abstraits dont on a vu précédemment la fonction démonstrative. Bien que photographiées, ces mains *ressemblent* aux corps modélisés par un pictogramme<sup>93</sup>. Ainsi, l'illustration de la version pour tablette tactile du magazine *Les Inrockuptibles* appartient également à ces mêmes types de représentations (Planche 4/9). Associer une onomatopée (« tap-tap ») à la figuration de l'impact du double tapotement sur l'écran tactile, concentre une pensée du texte avec une pensée du support, cette dernière prédominant.

La Fnac présente son « livre numérique » dans un dépliant où sont synthétisés les trois motifs principaux des représentations de la lecture numérique : la posture du lecteur semi-allongé, de dos et dont la majeure partie du corps est hors-champ, la main présentoir, l'écran singularisé et schématisé à partir de la gestualité de sa manipulation. Fortement stylisés ou renvoyant à une esthétique réaliste, les mains qui manipulent les supports déterminent des actions issues d'un répertoire, comme dans un mode d'emploi. Ces observations confirment notre intuition de la construction de modèles de lecture fondés sur les motifs de l'ergonomie (du texte, de la machine) et de l'échelle (portabilité, immersion, mobilité). Les représentations engagent de manière radicale des modélisations de la lecture comme activité corporelle, mais en situant le corps du côté de l'outil/instrument.

---

<sup>93</sup> Tout en correspondant à l'esthétique des publicités pour des objets high-tech (des corps uniformisés).

L'affiche du festival d'Angoulême cite ainsi un motif très standardisé produit par l'intégration technologique de la gestualité de la lecture numérique, à son insu presque : il s'agit du motif du corps médiant, symbolisé par la main, dont la valeur est proche de celle du *mannequin* (Planche 4/1). Dessiné par Art Spiegelman, ce motif excède un périmètre de signification qui ne serait que celui de la désignation du support technique et de sa qualité plastique. Il serait en effet bien simpliste de considérer cette condensation dans une figure figée comme le signe d'une homogénéisation (centrifuge).

« Le mouvement condensatoire, jusque dans les cas où il emprunte des sentiers métonymiques, conserve en lui quelque chose de foncièrement métaphorique : une tendance à franchir la censure, à faire « sortir » les choses, à forcer un passage par la convergence de plusieurs attaques, une disposition centripète. » (Boutaud, Dufour, 2011, p. 163).

Pour déterminer certains aspects de cette disposition centripète, nous creuserons la question d'une standardisation de la gestualité de la lecture en la confrontant avec ses excès et ses variations, perspective que nous incite à prendre l'analyse de l'affiche du festival d'Angoulême qui, au détour, participe à la répétition d'un motif isolé (la main sur l'écran).

## 2. Chair, regard, sueur : des corps vivants

Le geste suppose une visée : un mode d'intervention (graver, tracer, effleurer) ; un tempo (répétition du geste, vitesse/lenteur) et une direction (droite, gauche). Le geste est orienté, situé, attentif à modifier un objet, un état, conjoignant ainsi le mouvement et l'intentionnalité. Roland Barthes disait qu'il aimait la *scription*, « l'action par laquelle nous traçons manuellement des signes » (Barthes, 1974, p. 73) précisant avec emphase, « l'écriture c'est la main, c'est donc le corps : ses pulsions, ses contrôles, ses rythmes, ses pesées, ses glissements, ses complications, ses fuites, bref, non pas l'âme, mais le sujet lesté de son désir et de son inconscient. » (Barthes, 1974, p. 73).

Que vise-t-on dans la lecture ? De quel désir est « lesté » le sujet lecteur ? Les images publicitaires ignorent ostensiblement les corps « affectifs » (Martin-Juchat, 2008) et rejoignent comme on l'a vu une véritable codification d'une gestualité de la lecture sur écran. Pourquoi/comment cet évitement de l'affect ? C'est moins la part standardisée qui nous intéresse ici que les écarts et tensions entre une esthétique du corps dispensée de vie (et situés entre la statuaire et le présentoir, comme des abstractions du geste) et les corps affectés par la

lecture, éprouvant le support, mais éprouvant aussi la sémiotisation du corps inscrite dans le texte même. Les mouvements sont parfois ténus, réduits, enveloppant l'objet, ou alors déployés, étirés, démultipliés et pris dans le dispositif dans sa matérialité sensible.

A propos d'une œuvre de littérature numérique (*Le Rabot\_poète* de Philippe Bootz), Alexandra Saemmer souligne la discontinuité entre l'expérience du corps et la (fausse) promesse du texte « au confins d'une manipulabilité prétendument immersive (en effet, le lecteur peut raboter, et le petit rabot à la place du curseur lui suggère même très fortement de le faire) » (Saemmer, 2011, p. 275). Cette œuvre implique en effet une lecture agissant sur la surface du texte, le lecteur étant invité, avec le curseur de sa souris, à raboter l'écran pour faire apparaître un texte, en dessous.

De fait, le désir du lecteur est, dans le contexte numérique, fortement orienté (conduit) vers la « manipulabilité » et l'épreuve sensible (celle de la vue, du toucher, du sonore). Dans la photographie d'une plaque verticale d'un texte en braille se croisent stabilité de l'inscription et mouvement du corps, qui, par une gestuelle régulière, va ressentir et lire le texte : définir les limites, percevoir et ressentir des unités de sens.

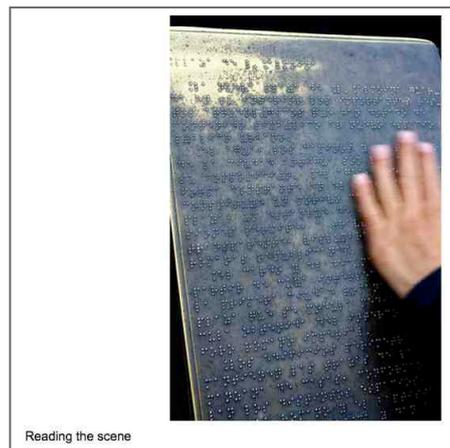


Illustration 51. Kimberly Baker, Reading the Scene, photographie, avril 2012.

Cette illustration fait ressortir plusieurs dimensions d'une poétique du texte qui se produit au carrefour entre inscription, support et corporéité : s'il est mouvement (la main bouge sur la plaque), c'est pourtant bien un corps comme « enveloppe » qui est affecté par la sensation du relief.

Partons de la perspective offerte par Jacques Fontanille qui distingue deux types d'icône actancielle : l'enveloppe « qui se remplit et contient plus ou moins efficacement les affects et les énergies qui l'habitent » et la chair mouvante « qui se projette en miroir sur les états de

choses, et qui modifie l'enveloppe des choses et du monde. » (Fontanille, 2004b, p. 129). On peut faire l'hypothèse que les figurations schématiques du corps décrites précédemment s'établissent au seul plan de la chair mouvante, fondé sur le caractère intentionnel du mouvement. Reconsidérons ainsi la part du corps-enveloppe pour poser la question de ce que font les objets au corps<sup>94</sup>.

### *a. L'œil et la main - Détails*

#### *Postures et gestes : voir/faire pour lire*

La consultation de documents sur les tablettes tactiles suppose le plus souvent de faire défiler - au sens propre – des blocs de texte, en les déplaçant avec le doigt, latéralement. Bien que renvoyant initialement au feuilletage, ce mouvement imite plus précisément la manipulation de cartes à jouer, c'est-à-dire d'une forme sans verso et rigide. Dans le film *l'Exercice de l'état*, l'attachée de presse d'un ministre fait une lecture des journaux du jour sur un iPad, dans la pénombre d'une voiture qui file vers Paris (Planche 5/11). Elle consulte les « unes » de plusieurs journaux par un mouvement régulier de la droite vers la gauche, comme avec des cartes. Elle voit la Une du titre *Libération*, la dépasse, revient en arrière et fixe le texte dans le cadre.

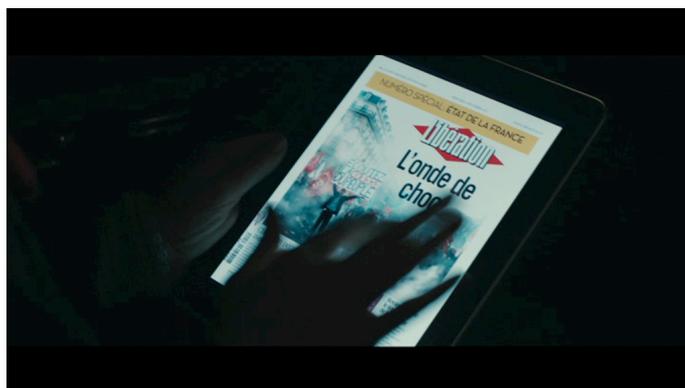


Illustration 52. Pierre Schoeller, *L'exercice de l'état*, film, 2011.

La main retient le texte, le stabilise, pour ensuite consulter la dernière page du journal, le « Portrait » consacré au ministre qui dort à côté d'elle. Le personnage féminin *lit* : d'abord il commente la qualité de portrait de l'image photographique, tout en l'ajustant au cadre de lecture. Trop petit, les doigts s'écartent, puis déplacent l'image pour la centrer en maintenant

---

<sup>94</sup> Annexe, Planche 5.

le texte avec l'index. Enfin, les mains se « rangent » sur le bord de la tablette. « Elle est bien, elle très bien... ». Les essais d'ajustement du texte sont ainsi accompagnés par l'observation de l'image, de près, de loin, comme un tableau. Dans cette séquence, la manipulation participe à la lecture « au carré » (Metz, 1991), une interprétation en action qui s'effectue à partir du contenu et du format même du texte.



Illustration 53. Pierre Schoeller, *L'exercice de l'état*, film, 2011.

La lectrice revient alors à l'article qui accompagne la photographie dont elle déclame le titre tout en ajustant, à nouveau, le texte à l'écran. Elle déplace la « vue » dans le cache de l'écran, et ce n'est qu'une fois cette opération accomplie qu'elle lit alors à voix haute, mains au repos, jusqu'à l'interruption de son auditeur lassé.

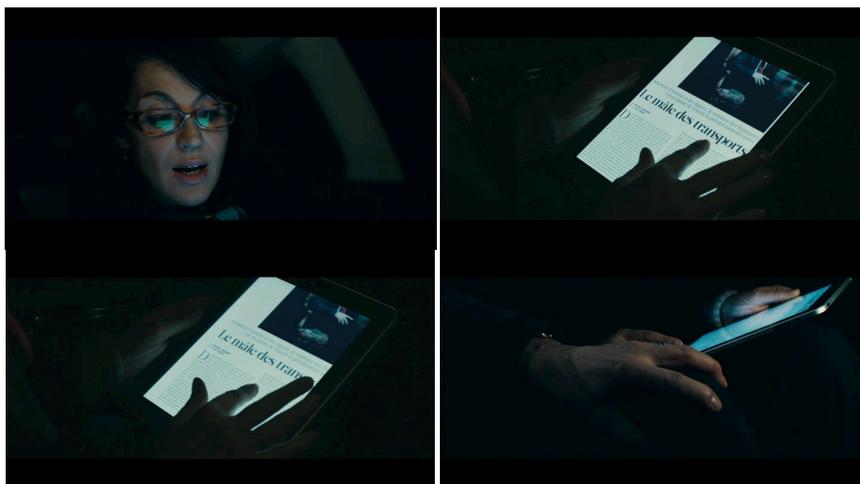


Illustration 54. Pierre Schoeller, *L'exercice de l'état*, film, 2011.

La séquence filmique emboîte ainsi deux scènes : la scène (de lecture) située à l'intérieur du cadre de l'écran, avec celle située dans la voiture<sup>95</sup>. La tablette constitue en quelque sorte un « écran second » (Ibid., p. 71) ou ce que Jacques Aumont désignerait comme un

<sup>95</sup> On notera que l'environnement nocturne masque les éléments de contexte et produit un effet d'irréalité : le gros plan sur l'écran convoque dans l'habitacle de la voiture le corps présent/absent (endormi) du ministre.

« surcadrage », le spectateur prolongeant le regard de la lectrice, même s'il ne peut que très partiellement déchiffrer le texte (Aumont, 2007).

### *Mimétismes et détournements*

Dans leurs images, les contributeurs du groupe Flickr « People Reading » intègrent des représentations de lecture sur écran en autoportrait, ce qui n'est pas le cas des autres images. Ces autoportraits sont initiés par la nouveauté de la possession de l'objet et les photographes mettent ainsi en scène une rupture de leur pratique de lecture, une mutation, comme un point d'origine (Planche 5/12). Certaines de ces images imitent des iconographies publicitaires par des cadrages proches, de manière sans doute involontaire mais qui témoigne de la cristallisation d'un motif. Le facteur pratique n'est pas le moindre car en effet, comme se photographier en train de lire ? Le moyen le plus simple est bien de positionner l'appareil à la hauteur de son visage, ce qui conduit à une construction de l'image en plongée, l'appareil de lecture positionné sur les genoux, les jambes allongées. Étrangement, ces images ressemblent aux images publicitaires pour les tablettes iPad. La prise de vue est effectuée par la lectrice elle-même, avec son bras hors-champ ce qui modifie sensiblement le rôle actanciel du corps lisant : dans ces images, le corps fragmenté produit sa propre représentation, se donne à voir lui-même et focalise ainsi sur le texte à l'écran.

Pourtant, ces images nous interrogent sur leur mise en scène qui cite un motif publicitaire tout en se réappropriant la production de l'image de sa corporéité.

De fait, les imitations et les détournements des motifs de la lecture d'écran produits par la publicité sont nombreux, également dans le champ publicitaire lui-même. Ainsi, le clip vidéo de l'adaptation du *New Yorker* pour l'iPad se présente comme une parodie de la publicité, pointant l'artificialité de la mise en scène (Planche 5/6). Le clip juxtapose des scènes de lecture improbables où l'acteur Jason Schwartzman surjoue la « démo » en commentant en voix directe (et en chantant) les modalités éditoriales de lecture du magazine dans des lieux incongrus (douche, piscine, piano pour lequel l'iPad « fait » partition).

Le succès rencontré également par des parodies comme « ¿Conoces el BOOK? »<sup>96</sup> repose sur l'exagération de la gestuelle de démonstration standard, signe de la circulation et de

---

<sup>96</sup> « ¿Conoces el BOOK? », publié par leerestademoda, mars 2010, <http://www.youtube.com/watch?v=iwPj0qgvfls>, consulté le 1<sup>er</sup> novembre 2010. La vidéo a été réalisée dans le cadre de la campagne « Leerestademoda », lancée par la librairie Popular libros (Albacete, Espagne), et est tirée d'un texte de R. J. Heathorn écrit en 1962, « Learn with Book ». La vidéo a été traduite en 5 langues et compte plusieurs millions de visiteurs.

l'appropriation sociale d'un genre énonciatif singulier suffisamment identifié pour que sa parodie puisse être interprétée comme telle. En effet, la gestualité associée aux supports numériques est ici adaptée au livre imprimé, ce que reprend également en 2011 la publicité pour la collection Point2 du Seuil proposant de petits livres au papier Bible et en format paysage<sup>97</sup> (Planche 5/3).

Karine Berthelot-Guiet et Caroline Ollivier-Yaniv ont analysé l'appropriation de slogans verbaux de la communication publique, pointant de quelle manière celle-ci s'accompagnait de leur nécessaire détournement (Berthelot-Guiet, Yaniv, 2001). Sans doute la promesse implicite d'une révolution de la lecture particulièrement contrastée avec la « simplicité » du discours publicitaire provoque-t-elle, plus que pour d'autres innovations, à la fois des imitations et des détournements.

### ***b. Corps affectés***

#### *Proportions et arrangements*

Mains crispées, le poignet fléchi, marquant la mesure de la lecture, dans une position contraire à toute recommandation ergonomique : Alain Fleischer filme en gros plan les mains de Sophie Bramly pour « Choses lues, choses vues » (Planche 5/8). Le corps lisant est en tension, comme absenté par la lecture et soumis à celle-ci. Ces images fragmentaires de la lectrice condensent à la fois un oubli d'elle-même et la manifestation d'une gestualité faisant l'épreuve du support de lecture, comme avec un livre trop petit.

Elle manipule en effet le texte par l'intermédiaire de la surface tactile et rectangulaire du *trackpad*, qui apparaît en une « réplique » aveugle de l'écran. Jean Baudrillard considérait la miniaturisation comme le fait de l'institution par les objets techniques d'une « étendue discontinue et indéfinie », effcience « libérée de l'espace gestuel, désormais liée à la saturation de l'étendue minimale régissant un champ maximal et sans commune mesure avec l'expérience sensible ». (Baudrillard, 1968, p. 72-73).

De fait, la médiation de ce périphérique intégré dans la machine elle-même s'établit sur la réduction de l'échelle de l'écran et du texte : il est à la fois un support pour le corps et une interface matérielle pour le geste d'actualisation du texte. La gestualité (et par là, le paramétrage du geste de la lecture) est caractérisée par une fixité du corps réduit au

---

<sup>97</sup> « Point2 : nouveau format de livre », <http://www.youtube.com/watch?v=GUxTZGNX8OM>, mars 2011, consulté le 30 juin 2012.

mouvement des doigts, visant un arrangement, voire même une *conformation* avec le support matériel de l'ordinateur. Le corps doit se situer dans l'espace physique par rapport à la machine (à la bonne distance), se positionner mais également éprouver le texte à travers la double médiation de l'écran (ce qui est vu, dans le champ) et du *trackpad* (en hors-champ).

Dans le cas des écrans tactiles, la corporéité s'inscrit dans une configuration différente puisque d'une certaine manière, le cadre du champ est aussi celui de la manipulation et non une zone aveugle. Deux exemples relatifs aux téléphones à écran tactile sont révélateurs des affections du corps-enveloppe dans la lecture : d'abord, les usages en mobilité conduisent à compenser le mouvement (marche, balancement/bercement du métro) ; ensuite, une crispation est liée à l'épreuve de l'objet : il faut maintenir une pression, viser dans le cadre de l'écran, prévoir les micro-trajets des doigts dans ce cadre, etc.

### *Regards : hypnoses*

L'expérience spectatorielle a fait l'objet d'une comparaison longue et détaillée avec l'hypnose par Raymond Bellour. Il interroge l'image et le regard par un retour rétrospectif sur les dispositifs de spectacle, panoramas, machines de vision et fantasmagories, etc., qui dès la fin du XVII<sup>ème</sup> siècle déterminent une « nouvelle puissance de l'œil. » (Bellour, 2009, p. 26).

« Très diversifiée dans ses formes comme dans ses effets, correspondant aux visées des différents dispositifs, cette puissance introduit par là un œil d'autant plus variable, au gré duquel l'homme se dote d'un point de vue nouveau, aussi relatif qu'absolu, qui se substitue au regard de Dieu intérieur au monde classique. » (Ibid., p. 29).

Bellour met en relief deux dispositifs qui constituent des mises en abyme du cinéma, la guillotine (le noir soudain qui rend le temps perceptible) et le train (la mimétique du défilement).

Dans le tableau de Magritte *La lectrice soumise*, celle-ci est terrifiée par sa lecture, tenant le livre comme un objet doté de pouvoirs (il dégage de la lumière), éventuellement maléfique, quasi-vivant (Planche 5/9). Elle *voit* plutôt qu'elle ne lit et son geste inachevé semble repousser l'objet, bizarrement tenu à plat et du bout des doigts. Le regard apparaît comme le thème principal de ce tableau : regard effrayé du personnage, regard du spectateur dans l'inconscient de la lectrice. Les yeux exorbités et la lumière directe et crue projetant une ombre rappellent les films d'horreur, c'est-à-dire d'un spectacle visuel, la vision d'images saisissantes plutôt qu'une lecture. Décalant les représentations de scènes de lecture contemplatives, pensives ou partagées, Magritte engage un discours sur le livre qu'il

rapproche de l'écran (de machines de visions), renvoyant ainsi à l'expérience spectatorielle de manière englobante : le lecteur est directement éprouvé par sa lecture, le visage grimaçant et le regard fixe.

C'est également le cas dans l'affiche détournée du festival d'Angoulême. Réalisée par la maison d'édition Phylactères, cette affiche utilise un détail du dessin officiel : justement, il s'agit d'un gros plan sur le lecteur/Spiegelman de la tablette numérique (Planche 5/2). C'est le texte qui est actant : modifié, il corrompt le renvoi respectueux au patrimoine de la bande dessinée en attaquant directement la mascotte du festival. En sueur, le lecteur dont les yeux vides prennent alors une signification différente de l'image originale, apparaît angoissé, déstabilisé par l'interpellation de la bulle de texte qui sort littéralement de l'écran. Comme dans le dessin de Riad Satouff illustrant un article de *Télérama* sur les écrans et les enfants, le regard est particulièrement mis en relief (Planche 5/10) : la fillette fixe l'écran du téléphone et semble « prise », véritablement hypnotisée, de même que la souris de Spiegelman.

Les corps lisants apparaissent ainsi directement affectés dans leur posture ou leur regard, les représentations marquant un puissant décalage avec les figurations publicitaires de corps fragmentés, neutres et répondant aux paramétrages gestuels de manière idéale, en conformité avec les supports de lecture.

« Les objets sont devenus aujourd'hui plus complexes que les comportements de l'homme relatifs à ces objets. Les objets sont de plus en plus différenciés, nos gestes le sont de moins en moins. (...) les objets ne sont plus environnés d'un théâtre de gestes dont ils étaient les rôles, leur finalité poussée en fait presque aujourd'hui les acteurs d'un processus global dont l'homme n'est plus que le rôle, ou le spectateur.»  
(Baudrillard, 1968, p. 79)

A cet effacement de la corporéité de la lecture au profit d'une corporéité standardisée/industrialisée, répond la présence d'un corps affecté dans ces images d'un autre genre, selon des modalités variées. Nous avons plus particulièrement mis en évidence deux d'entre elles : la posture, qui se définit par des arrangements avec une surface de manipulabilité, la « geste de l'œil » qui se fige en une aimantation des regards sur l'écran.

### ***c. Corps marqués, écrits : la peau écran***

Stade ultime de ce parcours, la question de la corporéité de la lecture sur écran se pose également en terme d'inscription sur le corps lui-même. Ainsi, on examinera dans ce dernier

point plusieurs glissements du statut du corps lisant depuis « *l'enveloppe-contenant* » à « *l'enveloppe-surface d'inscription* » (Fontanille, 2004b, p. 197).

De quoi ces motifs sont-ils le signe ? Bien sûr, ils affligent le corps, rappelant la pratique du tatouage, mais pour mieux en désigner les pouvoirs/la puissance : quasi-magiques, ces marques sur la peau évoquent l'inscription d'une mémoire. Quel endroit du corps mieux que la main, peut signifier à la fois une gestuelle (celle de l'écriture, celle de la lecture) et une surface (un cadre : la paume, le dessus de la main) ? Les ongles peints du lecteur du *New Yorker* parodient avec une certaine efficacité les pratiques de prise de vue en gros plan dans les publicités, impliquant le spectateur du spot dans un métadiscours sur la représentation (Planche 5/6). Ce transfert réoriente le regard vers la main en raison de la décoration maniérée et incongrue des ongles, travestissant le statut même du fragment de corps représenté.

Mais la main peut devenir elle-même *support et cadre* du texte par une dérivation des motifs de l'ergonomie et de l'échelle répétés par le discours publicitaire des supports numériques : ainsi, le Seuil affiche ses petits ouvrages – nouveaux minuscules - de la collection Point2 à partir de la photographie d'une main ouverte et dont la paume est donnée à lire par l'inscription d'un texte (Planche 5/3, 5/7 et 5/4)). Dans une gare, deux enfants suivent avec le doigt les « lignes » de cette étrange page. En effet, cette incorporation du texte attire l'attention : elle insiste sur la matérialité de l'imprimé faisant corps avec le texte et s'oublie derrière la lecture, en regard de la labilité du texte numérique qui fait signe sans cesse vers le support et le geste d'enveloppement et d'actualisation de l'objet technique (de la machine). HTC mobilise le même motif en mettant en scène le regard d'un ingénieur/inventeur observateur, repérant l'inscription d'un pense-bête sur le dos de la main d'un passager du métro (Planche 5/7).

Le corps fragmenté ne fonctionne pas comme synecdoque dans ces trois images mais comme une totalité : la main fait monde, parce qu'elle est une surface d'inscription et un champ de lecture. Elle rejoint ici les mains célèbres des récits fantastiques, mains autonomes et magiques<sup>98</sup>. Lire dans la paume de la main, voir, connaître : nous abordons ainsi aux rivages des valeurs symboliques de la lecture et l'ultime partie de ce chapitre tentera de pénétrer les transports métaphoriques liés au support et au texte numérique en ce qu'ils inscrivent la question de la gestuelle au cœur de la pensée culturelle du texte numérique.

---

<sup>98</sup> Gérard de Nerval, *La Main enchantée*, 1832 ; la nouvelle de Guy de Maupassant, *la Main d'écorché*, 1875, etc.

## 2. Le texte numérique, de l’outil au fétiche : valeurs de la lecture sur écran



Illustration 55. *Liseuse de Bonne Aventure*, photographie, 6x6 cm - négatif, noir et blanc, Bibliothèque municipale de Lyon, CC.

Au début des années quatre-vingt-dix, de nouveaux « ordinateurs de poche » sont baptisés « PalmPilot », faisant ainsi directement référence à une partie du corps même de l’usager, sa *paume* (*palm*). La paume donne à la fois l’échelle et prétend à une gestualité de l’intimité, privée. La première partie de ce chapitre a considéré les schématisations du geste et les instrumentalisation du corps et de la main dans les figurations de la lecture sur écran, cette partie interroge la manière dont ces discours visuels sur le geste de lecture contribuent à culturaliser les appareils électroniques, moins en les socialisant (ou en les domestiquant) qu’en les instituant comme des fétiches et des objets magiques (Marc, Couegnas, 2007).

Si la voyante est une liseuse de formes (peut-on considérer les lignes qui traversent la paume comme des signes ou des traces ?), formes qu’elle interprète oralement mais de manière « lisible » pour le client, c’est bien en raison de la croyance en un texte possible à « contempler » et qui suppose

d’« observer une réalité naturelle en la délimitant comme *templum*, c’est-à-dire comme un champ strictement encadré d’action surnaturelle délivrant ses signes de prédiction, en sorte que regarder l’espace y revient regarder dans le temps -, cet usage ritualisé, casuistique, formel, permettait bien de « lire ce qui n’avait jamais été écrit » (Didi-Huberman, 2011a, p. 30).

La main du client constitue ainsi ce « champ encadré d'action surnaturelle » par l'observation se référant à une grammaire des significations des lignes de la main (surface repère/référence/carte).

Il est certain que les actualisations du texte numérique à l'écran ne relèvent pas de la même herméneutique que la voyance extra-lucide (!), néanmoins, on souhaite considérer « l'activité des sujets sociaux pour décider ce qui fait texte dans des objets », autrement dit, la « prédilection sémiotique » à partir de deux dimensions de cette activité d'élaboration de la fonction sémiotique intégrant les « gestes de manipulation du texte » (Jeanneret, Souchier, 2009, p. 240) : la première dimension concerne la fétichisation du geste ; la seconde l'enjeu sémiotique du toucher. En quelque sorte, on glisse ici d'une sémiotique de l'outil à une sémiotique du fétiche : elles cohabitent et ne s'excluent pas<sup>99</sup>.

#### ***a. Les objets-fées de la lecture numérique***

Le petit ouvrage de Bruno Latour, *Réflexion sur le culte moderne des dieux Faitiches* débute avec une reprise étymologique de *fétiche*, un mot charnière entre ce qui est fait, formé, configuré, et ce qui est artificiel, factice, voire enchanté<sup>100</sup>.

« Naturellement, le fétiche n'a comme l'idole aucune propriété physique « objective » qui justifie la fascination dont il est l'objet : il réifie simplement la fascination qui s'attache à lui d'une manière si exclusive qu'elle le décontextualise et en fait un objet en soi, émanant un attrait propre, sans détermination. Or, la décontextualisation est définitoire de l'absolu : ce qui est déterminant, et non déterminé » (Rastier, 2004).

Cette entrée en matière conduit directement à la question des régimes de croyance associés aux supports numériques du texte à travers les représentations iconographiques du geste et qui présentent certaines similitudes avec le fétichisme. Ainsi, « les effets réifiants du fétichisme ressemblent beaucoup à ceux du néo-positivisme : décontextualisation, désépécification, invasion obsessionnelle des objets. Le positivisme a tous les caractères d'une hantise qui se présente sous la forme benoîte de l'évidence. » (Ibid.)

---

<sup>99</sup> Annexe, Planche 6.

<sup>100</sup> Bruno Latour replace cette origine dans un débat théologique entre Portugais et Guinéens : « Pour désigner l'aberration des Nègres de la côte de Guinée, et pour *couvrir* leur malentendu, les Portugais (...) auraient utilisé l'adjectif *feitiço* venant de *feito*, participe passé du verbe faire, forme, figure, configuration mais aussi artificiel, fabriqué, factice, et enfin fasciné, enchanté. » (Latour, 1996, p. 16).

Federico Montanari a développé cette idée à propos du téléphone portable qu'il fait entrer dans la catégorie des « objets néo-magiques » :

« Ces derniers adhèrent en partie au statut d'objets magiques (qui confèrent un « pouvoir faire » et sont relégués à un « faire », ce sont aussi des « énoncés technosociaux qui confèrent un « pouvoir être » mais, en même temps, ce sont de véritables personnages sociaux indépendants. » (Montanari, 2005, p. 114-115).

Ainsi, Federico Montanari qualifie le téléphone portable comme un adjuvant magique « qui communique et décide les valeurs en jeu » (Ibid.). Citant Baudrillard, il conclut que les transformations culturelles sont avant tout des transformations de la « gestualité liée à ces objets » (Ibid., p. 127) : miniaturisation, stylisation et un rapport ergonomique basé sur l'enveloppement ; enfin, la fluidification du geste est considérée par l'auteur comme ne relevant pas seulement de la pragmatique et de la fonctionnalité, mais engage aussi « le monde de la perception » (Ibid., p. 128).

### *La mise en discours du geste : beaux gestes*

Revenons sur les images de la présentation publique de l'iPhone en 2007 (Planche 4/4). Une séquence est particulièrement scénarisée par l'équipe de communication d'Apple, articulant la monstration du geste de démarrage de l'appareil et sa description verbale par Steve Jobs :

« Pour débloquer le téléphone, je pose seulement mon doigt et je le fais glisser. Vous voulez revoir ça ? Nous voulions un truc que vous ne pourriez pas activer par accident dans votre poche. Juste le faire glisser – BOOM »<sup>101</sup>

Dans la présentation, des écrans géants retransmettent les images du geste effectué en direct et cette mise en scène souligne la valeur technologique de l'innovation (selon une sémiotique de l'outil) ; cependant, la répétition gestuelle et sa sonorisation par le « boom » donnent également au geste ainsi spectacularisé un statut de « beau geste », comme en art. Selon une sémiotique du fétiche, l'iPhone se charge de valeurs symboliques et culturelles qui reposent sur un régime de croyance en la spontanéité du geste, sa part « naturelle » : un « objet-fée » en quelque sorte (Latour, 1996).

On peut souligner que ce spectacle semble assimiler une dimension éthique (celle du « bon geste » écologique par exemple) à une dimension esthétique (celle du « beau geste »

---

<sup>101</sup> “To unlock the phone, I just take my finger and slide it across. Wanna see that again? We wanted something you couldn't do by accident in your pocket. Just slide it across – BOOM.”

architectural), afin de produire une relation « naturelle », spontanée, voire analogique, entre le mouvement et l'effet, le geste de lecture s'apparentant en cela du geste du dessinateur sur une palette graphique qui *simule* une analogie geste/inscription.

On voit comment la manipulation du support technologique, qui se produit par la transcription du geste en algorithmes opaques à l'utilisateur, est redéfinie en geste interprétatif et culturel.

### ***b. La formation d'une poétique de lecture au carrefour du geste optimal et du geste interprétatif***

L'abstraction du geste de lecture et son interprétation dans sa représentation iconographique procèdent de deux expériences de prédilection sémiotique : la première est celle de l'événement de l'actualisation du texte, son affichage ; la seconde celle du texte comme altérité. Le corps représenté engage cette événementialisation du texte, regardé comme *sujet exposé* avant de constituer un discours<sup>102</sup>. Que le geste soit ou non instrumenté (par un périphérique comme la souris informatique), les images montrent presque toujours la relation d'un corps avec le texte à l'écran.

#### *L'événement du texte*

La manipulation éditoriale (agrandir, afficher, réduire etc.) du texte numérique trouve un point d'acmé dans les écrans tactiles et affirme une poétique de lecture qui prend acte du rapport sensible au document (texte, image fixe et animée, son), mais aussi à l'appareil, comme une « technique qui fait apparaître l'événement. » (Phay-Vakalis, 2008, p. 8). Les appareils à écran placent leurs lecteurs dans une relation aux objets qui les déterminent comme des *préparatifs*. Quelque chose va advenir, que le geste inscrit dans une temporalité. Dans une publicité Toshiba, le corps entier est signifié par des doigts imitant deux jambes en marche vers l'appareil encore fermé (Planche 6/6). Le « personnage » ainsi miniaturisé gravite le PC portable qu'il ouvre comme une boîte au cœur lumineux et bleuté. C'est là que tout peut commencer : le texte devient visible, associé à la manipulation de l'appareil comme un geste interprétatif qui va révéler le texte. Ainsi, le corps lisant dont le film publicitaire met singulièrement en relief la gestuelle est empreint d'un savoir qui n'est pas seulement fonctionnel (allumer/éteindre) mais toujours déjà médiatique et qui souhaite voir. « Toucher

---

<sup>102</sup> La théorie de l' « image écrite » comporte ce concept fondamental d'exposition, qui font se rejoindre les deux domaines de l'écriture et de l'exposition muséographique : cela passe par l'image et implique le corps.

est la nouvelle manière de voir » a-t-il été écrit lors de la sortie de l'iPhone en 2007 dans le Times magazine<sup>103</sup>. La formule souligne avec acuité la relation resserrée entre le geste et le texte : elle compose plus particulièrement avec les limites du corps et la conscience du sujet, renvoyant toujours à la conscience de l'altérité du texte.

### *L'altérité du texte*

Dans ces images, le geste, défini comme optimal selon une sémiotique de l'outil est ainsi redéfini en geste interprétatif selon une sémiotique du fétiche. En effet, les principes esthétiques de la fluidité et de la naturalité du geste de feuilletage déportent une conception du geste comme activation d'une zone de l'écran, régie par un algorithme qui traduit un signal électrique, en changement sémiotique : le « passage » est lui-même sémiotisé, par exemple par la vision d'un « envers » de page ou par le mouvement horizontal de déplacement des vues, comme dans le cas de la lecture dans le film *l'Exercice de l'Etat*. Cette sémiotisation du passage hantée par un état stable du texte à venir, comme un événement, constitue le geste de manipulation en geste culturel, interprétatif, de même que la spectacularisation de l'innovation par Steve Jobs participe à inscrire la manipulation dans une filiation de la gestualité de la lecture experte.

Nathalie Roelens a décrit dans *Le lecteur, ce voyeur absolu* de quelle manière l'objet sensible du texte est nécessaire à une activité interprétative non délirante, maintenant ainsi la distance nécessaire entre le corps propre et le texte (Planche 6/2 et 6/3). La lecture nécessite un égarement, car,

« s'il était purement vu, le texte (dans son sens étendu d'objet de l'interprétation, voire de la simple rencontre) ne serait pas encore lu. La lecture proprement dite aura lieu dès l'instant où je cesse de voir ce qui m'est donné à voir, mais où je vois davantage, autrement dit, où je flaire et ressens, où j'imagine sensoriellement, où je deviens le texte et où le texte m'épouse. » (Roelens, 1998, p. 411).

Pourtant, elle ne peut avoir lieu sans conscience des limites du corps, et Nathalie Roelens illustre ceci par le récit de la lecture du dessin de la tapisserie d'une chambre, le doigt suivant les contours des formes.

« Il est intéressant de constater que c'est par le sens du toucher que la disjonction entre le moi et le non moi s'opère, dans notre cas représenté par le doigt, l'index (...)

---

<sup>103</sup> L. Grossman « The invention of the year : the iphone », *Times magazine*, 30/10/07, cité et traduit par Virginie Sonet (2012, p. 191).

C'est là le côté ironique de toute lecture, sauf à s'irréaliser soi-même, à passer la tête à travers l'image, le texte comme altérité est réfractaire à notre intervention ou appropriation effective et demeure finalement hors d'atteinte. Il nous rappelle constamment à l'ordre de sa matérialité, de sa compacité. » (Ibid.)

Parmi les dispositifs de lecture sur écran que le LaboBNF invite à tester, l'un d'entre eux souhaite préfigurer les « nouveaux gestes de lecture »<sup>104</sup>. Placé sur un repère au sol, le lecteur peut « découvrir l'interaction gestuelle qui permet de tourner les pages d'un livre à distance », sans instrument/manette (Planche 6/5). Trois bustes en silhouette sur le socle de l'appareil prédéfinissent une grammaire des gestes optimaux, la quatrième silhouette, dynamique, apparaît directement dans l'écran comme un avatar du lecteur. Sans contact sensible, l'expérience engage une gestualité à mi-chemin entre chef d'orchestre et dompteur d'animaux, pieds « fixés » et mains tâtonnant dans l'espace, mimant le répertoire des gestes du mode d'emploi inscrit sur l'objet. L'écart ressenti (et vu) entre les mouvements du corps réel et leur effet sur le texte ramène « le lecteur non seulement vers la fragilité du dispositif numérique, mais vers ses propres illusions face aux espaces numériques manipulables. » (Saemmer, 2011, p. 275). Or, le statut du corps propre est défait, décomposé : un cercle pour les pieds au sol à une distance d'un mètre de l'écran, une silhouette du buste dans la marge de l'écran pour le bras, la « petite main » du curseur sur le texte à manipuler. Trois lieux pour le corps : le dispositif suppose que la gestuelle les rassemble pour redéfinir de nouvelles limites entre le texte et son lecteur. La sémiotisation des « nouveaux gestes de la lecture » semble hantée par le désir de transformer ou de refonder la lecture experte et l'activité interprétative.

### *c. La patine des objets et ses effets de sens sur le texte*

Enfin, nous souhaitons pointer la focale dans cette dernière partie sur les traces du geste sur/dans l'objet. Comme l'a souligné Dominique Boullier à propos des appareils de communication, la question de l'usure et de l'empreinte du temps par l'usage est loin d'être annexe et se pose de manière aigüe dans les représentations visuelles de l'écran.

« Le rapport aux objets est toujours pensé dans un rapport aux objets neufs. (...) Comme si, ensuite, nous ne passons pas 99 % de notre temps de vie avec des objets « usés », c'est-à-dire déjà marqués par l'histoire des uns ou des autres, la sienne, celle des autres utilisateurs pour les biens publics mais aussi celle de ses ancêtres, de

---

<sup>104</sup>Labo.bnf, 10/04/2012, <http://labobnf.blogspot.fr/2012/04/venez-tester-les-nouveaux-gestes-de.html>

l'installateur qui l'a si bien réaménagé, de l'enfant qui s'y est cogné, etc. Les objets nous parlent de tout cela, ils gardent trace de tout, et les antiquaires le savent bien qui rajouteraient plutôt des traces lorsque l'objet est trop neuf. » (Boullier, 2002, p. 10).

Des objets sans patine ? C'est ce que semble suggérer par exemple la *baseline* citée précédemment pour Toshiba, qui suppose que l'empreinte soit produite dans un futur antérieur.

L'inscription du geste dans l'écran électronique ne relèverait-elle que de l'ergonomie ? Jacques Fontanille analysant « la morale des objets » a mis en évidence ce contraste entre le schéma ou « devoir faire ergonomique » qui procède de principes analogique et idéal-typique, et l'« exercice » par l'empreinte dans l'objet (un *patine*). Car, qu'est ce que la patine ? « L'outil a pris, plus que la forme de l'objet ou de la main, la forme même des gestes qu'il a servi à accomplir. » (Fontanille, 2004b, p. 256). L'outil se marque ainsi de l'empreinte des usagers, caractérisée par la « contiguïté et la répétition » (Ibid., p. 257). On ne peut dire que les objets technologiques et les appareils à écran soient sans usure : la vitre cassée d'un écran tactile ne l'empêche pas forcément de fonctionner et conserve la mémoire matérielle d'un geste maladroit de son propriétaire. Les écrans tactiles se graissent, couverts d'empreintes digitales et de poussière (Planche 6/4). Les touches d'un clavier s'érodent, les boîtiers sont griffés, fendus, etc.

Pourtant, s'agit-il véritablement de patine ? Dans certains cas, oui : l'usure du clavier est bien le fait de la répétition des gestes. Pourtant, la griffure sur l'écran comme les salissures n'entrent plus dans cette catégorie, manifestant l'usage mais non le partage d'un « réseau de sollicitations et de stimulations » (Ibid. p. 258) qui est bien une propriété singulière de la patine, un faire collectif, qui renvoie à la part socialisée de l'objet. Pourtant, contrairement à d'autres objets (un instrument de musique à cordes) la patine inverse la valeur économique des écrans. Qu'en est-il de leur valeur affective, liée au fait d'être des objets possédés ?

« La dimension sensible de la lecture et ses effets ont souvent amené les historiens à survaloriser l'exclusivité du livre imprimé. S'il est vrai que tenir entre ses mains, « toucher » un livre joue un rôle important dans l'appréciation de l'objet, il est tout aussi vrai que la navigation et le feuilletage numériques ont leurs plaisirs spécifiques, leurs esthétiques propres. » (Doueihi, 2009, p. 111).

On perçoit combien les questions du corps et du geste de lecture nous conduisent à réinterroger les objets et leur matérialité. Si le livre imprimé porte bien l'empreinte de ses usages et manifeste une patine qui *marque* le texte imprimé et par cela *l'agrège* avec son

support (ce qui par là-même le singularise des autres exemplaires), l'écran exclut le texte de ces inscriptions de l'usage. On peut analyser les choses de deux manières, que nous présentons comme deux hypothèses :

- les marques d'usure renforceraient la rupture entre le support et le texte, l'exacerberaient : le lecteur percevraient ces marques comme des signes de la déliaison texte/média.
- cette rupture serait au contraire un vecteur d'affect vers le texte. Selon ce point de vue, les écrans ainsi marqués *familiarisent* les textes qu'ils affichent, renversant la relation entre média et texte. Si, pour l'imprimé, la patine est agglomérée au texte et au support (sa compacité), dans le cas des appareils à écran, le texte, quel qu'il soit, fait l'objet d'une même patine, celle des gestes du propriétaire de l'appareil et, plus largement, de la socialisation des objets, modifiant le rapport des textes à l'ici et maintenant.

Une poétique de lecture se définit dans l'interstice entre ces deux hypothèses, mais elle est étrangement absente des archives visuelles constituées. « Parce qu'il ne dépend que d'elle - c'est-à-dire de sa lecture – que la moindre trace y devienne signe, parce que, surtout, ce dont la page est le support n'est pas un état de fait mais une *tension génératrice de sens*. » (Christin, 2000, p. 226)

Pour affiner cette tension fondée également sur la valeur des supports de lecture (la familiarité avec eux pouvant être une des dimensions de cette valeur), nous nous intéresserons aux récits iconographiques de la matérialité de la textualité numérique, qu'ils donnent à voir les ratés, les faillites ou les artifices du texte dans son rapport avec le support numérique.

## Chapitre 7. Illusions de la matière du texte numérique

---

Profondeur manipulable, mémoire présente ou imminente, espace-lumière où les intervalles et les vides, ces premiers moments du sens, n'interviennent plus de façon alternative, comme dans l'image fixe, mais mouvante et stratifiée, l'écran virtuel a introduit *le temps du spectacle* dans l'espace énigmatique des signes. (Christin, 2000, p. 227).

Le parcours accompli jusqu'alors au travers des représentations visuelles de l'écran est resserré dans ce dernier chapitre sur la question de la textualité numérique et de sa *proximité* avec la question de la matière. En effet, ces deux notions ne sont jamais conjointes, elles se frôlent et s'invoquent mutuellement sans véritablement s'identifier. Rappelons que cette proximité n'est pas l'apanage du texte numérique qui serait davantage sans matière que son pendant, l'imprimé. Ivan Illich a largement démontré comment « vers la fin du XII<sup>e</sup> siècle, le livre revêt un symbolisme qu'il conservera jusqu'à nos jours. Il devient le symbole d'un type d'objet inédit, visible mais impalpable, que j'appellerai le texte livresque. » (Illich, 1991, p. 137). Ainsi, en convoquant à nouveau ce texte fondateur<sup>105</sup>, nous souhaitons border avec fermeté la réflexion menée dans ce chapitre sur la matérialité du texte numérique. Comprendre sa plasticité, les composants de sa texture, revient à nous intéresser au premier degré à l'expérience esthétique et esthétisme du texte exposé. La textualité numérique détermine certaines qualités de cette expérience dans l'événement de la présence du texte, de son affichage : de sa *matérialisation*. Prenons au pied de la lettre cette présence qui revient au spectaculaire et dont l'écran constitue le lieu circonstanciel.

Anne-Marie Christin définit cet événement du texte numérique par l'évocation de plusieurs caractéristiques formelles et plastiques : la surface, la lumière, le mouvement. L'occupation de la surface fait signe vers une « profondeur » et repose sur une dynamique de montré/caché. L'attente de l'*apparition/affichage* peut produire autant de textes morcelés, inachevés, corrompus et détériorés, illisibles (par la machine, par l'humain). Aussi, perçoit-on combien l'évocation de cette métaphore de la « profondeur » du texte numérique pose question : bien

---

<sup>105</sup> Voir chapitre 1.

sûr, elle est efficace socialement par son contraste radical avec la planitude de l'écran, en métaphore subversive qui permettrait de penser le « passage », le franchissement dans un espace autre. Piermarco Aroldi a montré au sujet de la télévision que certaines représentations visuelles figuraient justement l'écran comme le moyen d'un passage, qu'il rapproche du trajet d'Alice à travers le miroir ou de celui de Narcisse dans son reflet, et dont la consistance est « en partie solide, en partie non (...) ou peut-être liquide. » (Aroldi, 2010, p. 55). La vitre de l'écran (c'est-à-dire une matière solide et palpable) est ainsi défaite par des illusions qui en bouleversent les repères physiques : elle peut être un miroir, un écran qui masque.

Aussi, la métaphore de la profondeur du texte repose sur un travail de la matière et de l'événement. Le lecteur/spectateur est placé face à une configuration de signes affichés dans leur incomplétude éventuelle : il ne peut voir/lire que ce qui est dans le cadre, même s'il peut prédire sémiotiquement ce qui va/peut s'afficher. Il y a bien, en quelque sorte, une opération de *projection* entre un niveau de matière (le langage de programmation, le code numérique) et un autre niveau (le pixel, la luminance, etc.) qui relève de l'iconicité du texte<sup>106</sup>. C'est pourquoi il nous semble que la vision des signes à l'écran, leur transformation, leur publication, leur lecture, relèvent plus d'une expérience d'un modelage de la matière (il y a, quelque part, un texte écrit/inscrit) que d'une expérience de la profondeur. A propos de l'image filmique, Jacques Aumont soulève très précisément la question de la façon dont la lecture ou vision de l'image sur un écran se produit dans le fantasme du dispositif, de sa matrice, ce qu'il nomme « la fiction d'une matière de l'image »

« L'image de film est une réalité tout simple : nous voyons, devant nous, sur un écran, des formes qui changent. C'est à peu près tout ce qu'on peut dire en général, car cette image peut-être n'importe quoi - même des mots écrits (*So Is This*, Michael Snow, 1982) (...) et même rien du tout, du noir. Si je regarde un film sur mon MacBook (...) il n'y a plus de projection mais quelque chose comme une inscription appelant lecture plutôt que vision. Pourtant il reste toujours, pour ma génération (...), le modèle, au moins fantasmatique, de la pellicule comme matrice de la projection : il reste toujours la fiction d'une matière de l'image.» (Aumont, 2010, p. 69-70)

On peut rapprocher les valeurs que Jacques Aumont attribue à la pellicule comme matrice, de la projection du « texte livresque » : autrement dit d'une abstraction du texte. Pourtant,

---

<sup>106</sup> « Les blancs qui deviennent *actables*, acquièrent ainsi une forme de matérialité, dans la mesure où l'on peut avoir prise sur eux. » (Bouchardon, 2009 p. 226).

l'écran, et c'est notre hypothèse, a produit un autre type d'abstraction du texte, notamment fondée sur un bouleversement de la matière.

Le premier point de ce chapitre souhaite définir l'abstraction du texte écranique à travers ses images (volume, page, feuille). Mais, comme au cinéma, la lumière constitue un acteur central dans l'événement du texte à l'écran, à la fois interne et extérieur et qui conditionne la visibilité et l'iconicité du texte. Quiconque a déjà visionné une archive numérisée sur un écran d'ordinateur peut saisir les enjeux fondamentaux de la question de la lumière qui « traverse » l'image, défait l'opacité et la matité du support de l'archive. Le deuxième point de ce chapitre explore ainsi les rôles de la lumière comme matière du texte liée à la machine (le calcul de la luminance) et comme révélateur (opérateur de visibilité). D'une certaine manière, on peut considérer que la lumière met en rapport l'inscription et la surface. La matière (trame, pixel, encre électronique) peut être saisie par des dispositifs techniques de prise de vue (caméra, photographie) témoignant d'une texture que l'effet d'optique et la lumière rendent invisible. Certains artistes ont particulièrement travaillé cet entre-deux des images qui permet de « rendre tangible la matière ». Le dernier point du chapitre détaillera quelques figures de l'événement du texte en considérant les parts défailtantes, corrompues et idéal-typiques de l'iconicité du texte numérique.

## 1. Désirs de la page, du volume : nouvelles métaphores

Les images des écrans engagent des figurations de l'espace du texte (qu'il soit montré ou absent) qui reposent sur des régimes métaphoriques variés. En effet, les iconographies, qu'elles soient constituées par des images fixes ou des photogrammes, rendent ostensibles différents niveaux du rapport entre le support et le texte. Ecran sans texte, texte sans support : on observe des représentations relativement hétérogènes qui toutes interrogent directement les notions de page, de feuille et de volume dans leur définition relative au texte livresque.

Dans quelle mesure les sémiotisations de la page ou du volume produisent-elles des écarts métaphoriques avec une pensée du texte propre à l'imprimé ? En quoi les standards formels liés aux configurations économiques entre le texte et le média conduisent-ils à des représentations visuelles de l'écran qui bouleversent les repères des rapports entre page et texte ? Est-il possible, *in fine*, de mettre en évidence de nouvelles définitions de la page et du volume du texte qui admettent leur contemporanéité, au-delà des comparaisons rétrospectives avec des pratiques et dispositifs de lectures anciens (le rouleau, le lutrin) ? Cette dernière

question est capitale : on a vu que la gestualité de la lecture numérique, bien que mimant une gestualité de manipulation de l'imprimé, s'en éloigne d'autant plus qu'elle l'imité, en raison même de la nature des médiations qui tentent de l'en rapprocher.



Illustration 56. Campagne *Un livre et tu vis plus fort*, Ministère de la Culture, 1985, spot télévisé.

Ainsi, il nous apparaît plus que jamais nécessaire de proposer des pistes pour penser les valeurs culturelles du texte à l'écran en tant qu'abstraction, forme et objet. On analysera plus en détail deux régimes métaphoriques du texte : l'aplat opaque, la transparence<sup>107</sup>.

#### *a. Dans le cadre : le texte à venir, la page*

Partons de l'absence du texte : on s'intéresse là aux images d'un écran qui n'*affiche* rien, ou bien un artefact de texte (car l'écran en raison de sa nature de cadre, affiche toujours quelque chose). La visée éditoriale, entendue au sens large de préécriture et de paramétrage d'un affichage du texte, est le principe/vecteur clé de ces figurations d'écrans aveugles ou encore montrant des textes sans auteurs ni énonciataires (des « faux-textes »), ainsi que des extraits de textes fixés par la représentation iconographique.

#### *Transmédiaticité et opacité de l'écran : la fenêtre aveugle*

Un développeur web travaillant pour le champ de l'éducation universitaire (stratégie de communication web) a publié le support d'une conférence portant sur les applications

---

<sup>107</sup> Annexe, Planche 7.

mobiles<sup>108</sup> (Planche 7/4). Le montage graphique d'une véritable « panoplie » d'écrans donne à voir une typologie de formats par le biais des appareils (auxquels il est possible d'associer des marques de constructeurs pour la plupart). La panoplie a pour fonction de montrer la diversité des formats ce qui est particulièrement souligné par la couleur orange qui, comme un aplat, occupe de manière uniforme les différents cadres. L'enjeu est bien celui de l'« occupation » de chacune de ces surfaces par le « client », autant d'espaces à la fois matériels, médiatiques, environnementaux (contexte, pratiques sociales). Le savoir-faire des webdesigners auxquels s'adresse la conférence tient dans la capacité à faire occuper ces surfaces par un texte : question technique de l'écriture programmatique, question éditoriale d'intermédialité qui, de manière paradoxale, est signifiée par une matière uniforme. En effet, on peut dire que l'écran noir et blanc d'une liseuse, mat, contraste avec celui d'un ordinateur et constitue un exemple de la diversité à la fois des cadres, mais aussi de la matière même du texte (nous y reviendrons).

Ce motif de l'écran opaque, « bouché », n'est pas un apex et apparaît dans beaucoup d'autres contextes : ainsi, une publicité pour Amazon.com dans le site web *e-bouquin* mobilise également le même aplat orangé, mais animé par un reflet (Planche 7/5). Le graphiste Varham Muryatan réinterprète ce motif dans sa chronique visuelle « La ville est belle » pour *le Monde Magazine* en « débouchant » les fenêtres aveugles de la panoplie<sup>109</sup> : cadres enchâssés, les écrans organisent un couloir/tunnel vers l'écran blanc du cinéma (Planche 7/3). De la fenêtre aveugle au conduit, le lecteur-spectateur de l'écran est confronté à l'absence d'un texte à l'écran, surface pleine (déjà remplie) d'une matière qui fait signe vers la machine, le support. Dans l'illustration de Varham Muryatan, la pratique sociale de la sortie (de l'évasion le week-end) est vue par la focale de l'écran. La fenêtre est celle du cadre de l'écran, une médiation vers la mobilité.

### *Artifices et « faux-texte »*

Un deuxième motif est constitué par un autre aspect des pratiques de l'édition (ergonomie, lisibilité) qui conditionne une pratique du texte comme inscription concrète mais dont la signification est défaillante. Il s'agit de vrais textes désignés comme des « faux-textes ». Ceux-ci sont utilisés par les maquettistes pour tester une mise en forme : ils relèvent très

---

<sup>108</sup> David Olsen, RESS:An Evolution of Responsive Web Design Dave Olsen, @dmolsenWVU University Relations - WebRefresh Pittsburgh, May 15 2012, consulté le 1<sup>er</sup> juin 2012.

<sup>109</sup> Vahram Muratyan pour M, *L'escapade*, 27 janvier 2012.

précisément d'une pratique du texte artificielle, comme matière de remplissage. Ainsi, l'article d'Hélène Cazes sur l'usage du faux-texte latin tiré de Cicéron (« *Lorem ipsum...* ») analyse les déformations et transports du texte, à la fois à travers ses usages et les discours prescrivant ces usages.

« Faux texte au sens propre, c'est-à-dire composition de signes typographiques créant une apparence de composition linguistique cohérente sans toutefois fournir au lecteur sens, code, indice de sens ou indice de code (...) ferait figure et usage de pur remplissage pour la démonstration de logiciels, de mises en pages (...) de tout effet formel. (...) Il serait le support *idéalement opaque* de l'aspect du texte.» (Cazes, 2009, p. 200)

Opacité à nouveau d'une *surface* : si le texte est là, c'est en tant qu'il prévoit un autre texte à venir, dans le même espace. Des programmes informatiques servent de « générateurs de faux-textes aléatoires »<sup>110</sup> et il n'est pas rare de consulter sur internet des textes portant encore les stigmates de cette pré-écriture comme un faire-semblant le texte. Hélène Cazes relève dans son article de quelle manière ce faux-texte constitue un repère identitaire, et fait l'objet de gloses et d'analyses génétiques, mais aussi de réécritures, hybridations et « provocations de potaches » (Ibid., p. 203) « sonnante comme le « sésame » d'une communauté d'internautes » (Ibid., p. 201). Aussi, il n'est pas étonnant que l'intérêt suscité par ce texte lui prête une filiation avec les imprimeurs de la Renaissance, et plus spécifiquement Alde Manuce : le « Lorem ipsum » serait, ainsi, un exercice pour typographes débutants. Hélène Cazes décrit très précisément la construction d'une fable qui symboliquement fait lien avec la geste millénaire de l'écriture : la confusion entre le nom du logiciel Aldus et le prénom du célèbre imprimeur peut expliquer l'élaboration de cette « rêverie connotative ». « Fictive ou avérée, l'anecdote raconte non pas un fait historique, mais un passage de relais, qui fait du moderne lecteur de textes virtuels le descendant de la culture du livre imprimé. » (Ibid., p. 213).

L'automatisation de l'écriture par la machine à écrire avait engendré des modèles de phrases servant à « tester » l'appareil et son usager. Ces phrases avaient pour particularité de contenir toutes les lettres de l'alphabet et elles étaient nommées « panagrammes », selon une poétique alliant signification et totalité. Les faux-textes *à ne pas lire* prennent un autre statut dans les images des machines à lire qui, nécessairement, présentent des *extraits* dans le cadre de l'écran. A nouveau, ce sont des textes-témoins qui, s'ils ne sont pas faux, servent plusieurs

---

<sup>110</sup> C'est le cas avec le logiciel de traitement de texte Word : « =rand() » qui génère la phrase « Servez à ce monsieur une bière et des kiwis. », répétée et mise en forme en trois paragraphes de trois lignes.

objectifs : d'abord, montrer la lisibilité, ensuite, renvoyer à un patrimoine, enfin, être lus, comme un avant-goût (Planche 7/6, 7/8 et 7/13). La panoplie des supports peut être associée à ces fixations de textes « tableaux » constituant de mini-anthologies, déterminant une pensée de la page dont l'ordre est, avant tout, celui de la machine.

### ***b. Consistance : la part « magique » de l'envers de la page***

Si la page « définit la surface imprimée sur un feuillet » (Souchier, 1999, p.24), et donc une surface avec une seule face, et avec le codex, discontinue, l'usage commun du terme renvoie à une forme comprenant, au moins virtuellement, un recto et un verso : la page livresque fait constamment signe vers son support, la feuille. « Tourner la page » suppose un geste, un son, une sensation (voire une blessure). Ce glissement métaphorique de la page à la feuille est rappelé par Anne-Marie Christin : la page « ne saurait se réduire à la matière de son support. (...) [Elle] ne tient pas à sa matière, c'est nous qui tenons à elle parce que l'ordre qui y est offert s'y trouve en général également fixé, et qu'il rend possible ainsi que l'on s'y reporte comme à une loi. » (Christin, 2009, p. 225). Dans le trajet de la représentation iconographique de l'écran, ce glissement prend des allures magiques. Cela conforte ce qu'Emmanuel Souchier avançait au sujet de la mémoire informatique, qualifiée d'« ambivalente en ce qu'elle convoque un imaginaire irrationnel suscité par l'espace de l'invisible, du code et du secret. Aussi nous invite-t-elle à revivifier certaines conceptions magiques et religieuses de l'écriture. » (Souchier, 1999, p. 45). A propos du « verso » des écrans, Stéphanie Katz a dénommé « biface » l'écran qui métamorphose en visible quelque chose caché derrière ou autour<sup>111</sup>.

On considérera ainsi deux aspects d'une métaphorisation magique du texte : d'abord, le motif de l'« apparition » ; ensuite, le motif de l'altération du volume et de la distorsion de la page.

### *Apparitions, magie*

En contrepoint de la métaphore de la page comme un aplat qui donne au support le rôle principal (la page est, ainsi, ordonnée par son cadre), le texte est parfois présenté sans support matériel, transparent et fantomatique, rappelant l'analyse que fait Ivan Illich des transformations métaphoriques du texte : « Ce nouveau texte livresque a bien une existence

---

<sup>111</sup> Le terme « biface » renvoyant à un outil préhistorique en silex, pose de notre point de vue problème car il désigne un objet ayant été façonné de manière symétrique. Il nous semble ainsi peu approprié pour qualifier l'écran car il a peu à voir avec la question de la représentation, mais qui peut être aussi associé à un outil.

matérielle, mais ce n'est pas l'existence des choses ordinaires : il n'est, littéralement, ni ici, ni là. (...) Le texte, non plus le livre, devient l'objet où se rassemble et se reflète la pensée. » (Illich, 1991, p. 142).

La page extraite du guide du Routard pour iPhone est placée en perspective dans l'espace physique de la visite touristique, trouvant place dans la profondeur de la scène sous le regard du lecteur<sup>112</sup> (Planche 7/10). Dès lors qu'elle est abstraite de son support, son format rectangulaire et sa maquette évoquent l'écran du Smartphone. La page existe sans l'écran d'affichage, en est proprement détachée : ce détachement est matérialisé par une plastique de la transparence, tout comme dans *l'Exercice de l'état* où le texte d'une alerte SMS dans sa « page » vient en surimpression (Planche 7/11). Ce qui frappe dans ces images est bien le rôle joué par l'iconicité du texte qui varie de la sémiotisation de la page, à l'extraction de « petites formes » comme celle de la « bulle » d'affichage de la dépêche AFP (Candel, Jeanne-Perrier, Souchier, 2012).

Une publicité pour le site de rencontre *Tiilt* fait ainsi du texte du profil des abonnés une forme mobile et auratique, fixée à son auteur qu'elle accompagne (à la manière d'une auréole) (Planche 7/12). Le mouvement dynamique, en perspective, de la « petite forme » renforce sa valeur auratique et la réifie littéralement, à la manière de la dédicace de la lectrice du *Matin*, commentant sa lecture en même temps qu'elle la réalise - comme si on pouvait *lire dans sa tête* (Planche 7/14 et 7/13).

Cette petite forme peut être manipulée, bouger dans l'espace comme une forme pleine, en même temps, sa représentation flottante et éthérée en perturbe la réalité. Ainsi, le texte numérique devient une substance sans consistance que la production de l'image par un travail de montage et de retouche numérique rendrait visible. Maria-Giulia Dondero a dégagé à propos du sacré dans l'image photographique deux niveaux de pertinence sémiotiques qui tiennent pour l'un à la figuration (configuration textuelle) et pour l'autre à la représentation en tant qu'objet (la photographie qui révèle). « D'un côté, l'aura désigne des configurations textuelles qui mettent en scène la transparence, le volatil, l'aérien, d'un autre côté elle renvoie à l'objet, à son authenticité, à sa production, à son efficace sur les corps des observateurs. » (Dondero, 2009, p. 71). Du halo à l'auréole, les relations entre texte, page et support sont établies dans ces images selon les sémantiques de l'ubiquité et de la télépathie, que la matière

---

<sup>112</sup> On remarquera que la disposition du texte-page dans le photogramme rappelle la mise en spectacle des présentations des produits comme l'iPhone d'Apple analysée dans le chapitre précédent, qui, par le jeu des caméras, montre le proche et le lointain en même temps.

numérique (le code) authentifie. Ainsi, le texte peut être à plusieurs endroits, il peut être perçu et ressenti plutôt que lu.

Cette projection du texte à l'extérieur de l'écran détermine une place pour le lecteur qui est proprement télépathique : voir ce qui a été lu, ce qui est en train d'être lu. Le texte prend alors ici une valeur auratique :

« un interstice qui connecte deux présences relevant de deux dimensions spatio-temporelles différentes, et son iconographie en témoigne car elle renvoie à une trouée qui permet la communication entre deux niveaux de manifestation et deux ordres de réalité, la visible et l'invisible : c'est pourquoi elle [l'aura] est assimilable à un interstice magique. » (Ibid., p. 215).

Ainsi, ces représentations iconographiques sont caractéristiques d'une métaphorisation du texte qui perturbe l'assurance que nous avons de la matière du texte (comme le dit Christin, « nous tenons à elle ») et déplace les catégories de la page et de la lecture, en prétendant *montrer* un autre ordre de la réalité : en altérant la consistance même par la séparation du texte de son support, ces configurations textuelles pointent vers la question propre de la matière du texte contre son impossible diffusion télépathique et *transparente*. Dans un spot publicitaire, le quotidien *le Monde* présentait en 2004 une édition spéciale élections régionales en faisant apparaître progressivement la trame de la page derrière une forme reconnaissable de la carte de France, elle-même déjà occupée par une image du texte du journal (Planche 7/15). Quand la page entière est affichée, reste la carte au centre, visible/invisible : le spectateur voit un fantôme.

### *Transmutations et opérations magiques : d'un texte, l'autre*

Le second motif auquel nous allons nous intéresser concerne le *volume* du texte, son épaisseur qui suppose d'être franchie, traversée, parcourue par le lecteur. Ce franchissement du miroir a été illustré par John Tenniel comme un franchissement de la page : « la glace, valant pour la page qui pivote sur son axe, est le moyen terme par lequel s'opère le « passage à la limite » d'Alice ». (Fresnault-Deruelle, 1999, p. 144).

La sémiotisation visuelle de la page en tant qu'objet permettant le feuilletage est décrite dans plusieurs de ses dimensions par un texte de Pierre Cubaud portant sur des interfaces de lecture à l'écran, ici des livres numérisés. Voici ce qu'il en dit :

« L'action de feuilletage peut être simulée de manière assez convaincante par une animation à l'écran de la circulation de la page courante d'un bord vers l'autre. (...) Une animation plus sophistiquée, basée sur le comportement physique d'une feuille de papier fléchie, a été décrite dans « How to turn the page » et « Realistic books: a bizarre homage to an obsolete medium ? » et améliorée depuis. On peut aller plus loin encore et permettre le déchirage virtuel, par exemple pour assurer une fonction de copier-coller. Dans un autre ordre d'idées, il est possible de manipuler en 3D des versions numériques de livres à système. (...) Pour procurer à l'utilisateur une expérience comparable à celle qu'il peut réaliser avec un livre papier avec son pouce parcourant toute l'épaisseur du livre, il faudrait un système vidéo capable d'afficher approximativement 500 images haute définition par seconde : nous en sommes loin. » (Cubaud, 2011, p. 52-53)

Synthétisant un ensemble d'expériences de visualisation du texte notamment menées au sein du Cnam<sup>113</sup>, Pierre Cubaud pointe dans l'extrait un écart entre simulation d'un geste (produit par une animation, c'est-à-dire un programme informatique) et visualisation (qui est déjà une lecture, dite de survol). A la différence du papier, le trajet entre les deux procès n'est pas simultané, synchronique, notamment parce que *la page du texte numérique n'est pas un feuillet* et ne peut être pensée dans son épaisseur.

Ainsi, la page numérique résiste techniquement à une pensée du texte en volume, même si la sémiotisation des activités de son affichage revient toujours à manifester ce volume. La citation le montre bien, les concepteurs d'interface doivent faire avec cette contrainte, *solidifiée* dans le support de lecture. Le parcours du texte est établi d'emblée sur des métaphores de l'épaisseur et du volume : ainsi, dans la bibliothèque, « l'étagère reprend ses droits » (Ibid., p. 59). On peut dire que la question du volume (ce que l'on tient) est reformulable par la question du *passage* d'un texte à l'autre : c'est bien dans ce passage que se tient repliée *la magie*. Expliquons-nous.

Si l'on se penche à nouveau sur la métaphore de la page *en train de se tourner* qui constitue une des animations les plus contemporaines associées aux supports tactiles de la lecture, on retrouve cette qualité de légèreté (la page comme un voile) qui semble laisser entrevoir un « coin » de la page (de son envers) qui suit ou qui précède (Planche 7/6 et 7/8). Selon les programmes logiciels, la taille de ce fragment est plus ou moins importante, la page se tourne

---

<sup>113</sup> Equipe de recherche Interactivité pour lire et jouer (ILJ), au sein du Centre d'études et de recherche en informatique et communications (Cédric), Conservatoire National des Arts et Métiers.

plus ou moins lentement, une double page peut être affichée. Dans tous les cas, jamais cette contiguïté entre deux pages ne se prolonge au-delà de l'animation (dévoilement) : le passage peut être parfois bégayant, entrecoupé (sur les liseuses, il n'est pas rare qu'un « noir » scande la transmutation du texte). L'image publicitaire de l'iBooks fixe plusieurs états du texte en répétant le support technique qui semble glisser de l'un à l'autre à la manière du glissement latéral que le lecteur réalise sur l'écran tactile pour changer de page (Planche 7/8). Plutôt que des vues sur l'écran, c'est la machine elle-même qui se dédouble et donne à voir l'image de la transition de l'une à l'autre : le temps du passage, où l'on voit deux fragments de pages *en même temps*.

Cet étalement du texte est aussi un fractionnement de l'objet qui se décompose, comme dans l'affiche de Gunter Rambow pour l'éditeur Fischer, faisant de la couverture un objet et non plus seulement une image de la relation avec le lecteur, une « mise en devanture (*en écran*) de l'article-livre » (Grivel, 1987, p. 129) (Planche 7/7).

« La couverture s'est lentement détachée du livre ; elle en a été l'amorce, puis l'annonce, puis le contrepoint iconique ; elle en est devenue maintenant le *simulateur arbitraire attrayant*. En effet, les choses en sont arrivées au point où ce que je vois à la couverture se détache sans retour du volume auquel sa position pourtant l'applique. » (Ibid., p. 173)

La transmutation entre différents statuts de la couverture dont « le seul message couverturique est toujours : prendre ! » (Ibid., p. 177) semble ménager la possibilité du statut contemporain de la couverture-vignette sur les étagères en trompe-l'œil de l'écran (à « prendre », en signe passeur) (Planche 7/9). Entre volume et couverture, une projection homothétique apparaît comme la matérialisation des liens imaginaires entre couverture et texte, par un tour de passe-passe. La *métonymie* caractéristique du texte numérique apparaît fondée sur une culture livresque, qu'elle contribue à métamorphoser, toute partie du texte pouvant être une figure métonymique. C'est le cas des présentations en vignettes dans les arborescences documentaires informatiques qui montrent la première page en miniature.

Ainsi, le croisement des exemples analysés ici fait apparaître plusieurs glissements métaphoriques qui reposent sur le bouleversement des rapports média/texte : la première est celle d'un cadre à *remplir* non pas avec une substance liquide ou semi-solide comme dans un moule mais avec une matière qui s'y recompose, comme un gaz. La deuxième ignore la machine en détournant le texte de son cadre concret, continuant parfois à évoquer l'appareil

sans le montrer. La troisième réintroduit l'épaisseur en fractionnant, en faisant de la couverture un objet propre, faisant le récit des passages entre plusieurs états du texte.

## 2. La lumière comme matière

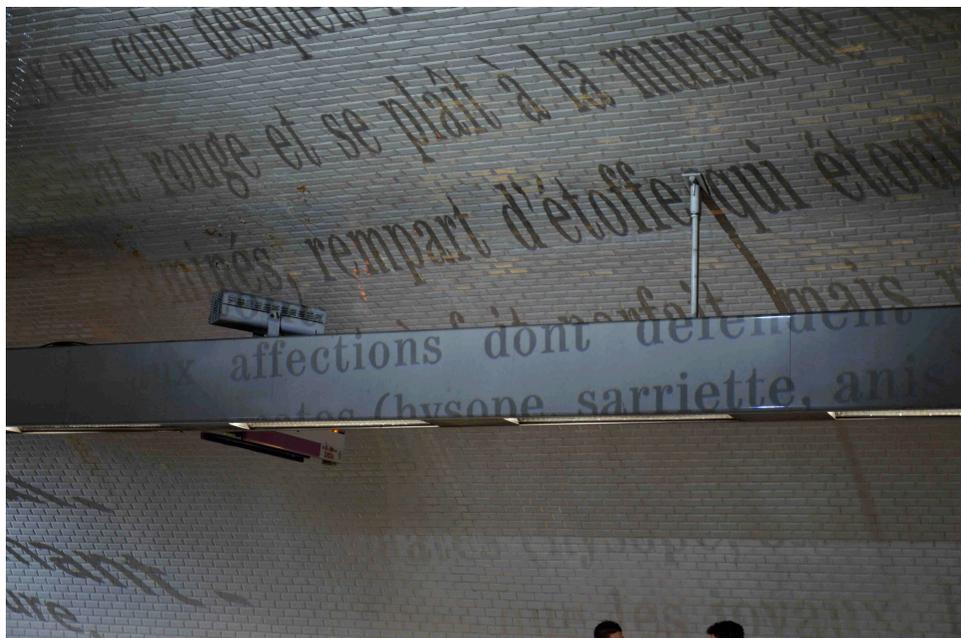


Illustration 57. Station Saint-Germain des Prés, 18 mars 2012. Photographie J. Bonaccorsi.

Sur le carrelage d'une station de métro, un texte projeté fait de la voûte un écran géant, courbe, dont la matérialité tient au faisceau de la lumière, à la déformation des lettres, à la brillance des carreaux. D'ombre et de lumière, le texte produit un habillage de la station de métro qui intègre son rythme (arrivée des rames). Cette photographie d'une scénographie événementielle permet de souligner à quel point la question de la lumière conduit à ouvrir plusieurs niveaux d'analyse.

- Celui de la luminosité du texte en premier lieu : ici, le rayon du projecteur produit une iconicité du texte marquée par une hétérogénéité de la luminosité, et dont les zones d'ombres engagent une certaine intensité dramatique ; surtout, elles créent des strates et des effets de profondeur. Les projecteurs ont ici une « *puissance architecturante* » et théâtralisent particulièrement la lecture (le texte éclaire, comme la lune) (Revault d'Allones, 1991, p. 116).
- En deuxième lieu, celui de la lumière de l'écran. Blanc et brillant, strié, opaque, le carrelage comporte des propriétés lumineuses particulières.

- En troisième lieu, celui des jeux symboliques de la lumière, non plus objet de la mise en scène mais matière-sujet. La lumière s'énonce en tant que matière : ainsi, dans la station de métro, la pénombre engendrée par les faisceaux de lumière rappellent une autre lumière de lecture, celle de la lampe de chevet qui elle aussi anime le texte, jamais uniforme. L'agrandissement effectué dans le *transport* de l'image/texte par la lumière implique une véritable monumentalisation de la lumière elle-même (celle de l'intimité de la lecture), en tant qu'avènement du texte. « Cette lumière traverse la pellicule ; elle transporte l'image, et par là l'effectue. » (Aumont, 2010, p. 22).

Cette partie abordera ainsi la matérialité de la lumière à partir de la tension entre deux pôles, la production technique (intensité lumineuse produite par le dispositif dans son ensemble) et la valeur symbolique<sup>114</sup>.

#### ***a. Conscience de la lumière : éclairage de la scène du texte***

Qu'entend-on par *lumière* à propos des écrans ? De quoi parle-t-on ? On partira de l'idée que « la lumière conditionne la visibilité du monde, et cependant, elle-même n'est pas visible. On ne voit pas plus la lumière que le vent, le courant électrique, l'influx nerveux. » (Ibid., p. 7). Le visible est, d'abord, une question de lumière, et l'attachement des écrans à leur capacité à être des dispositifs de maîtrise de la lumière nous semble suffisamment central pour mériter une attention aigue.

« La relation à la lumière est entièrement déterminée par la dichotomie /représentation versus ostension/ et s'incarne dans le concept de lumière-matière (...). Dans le cas de la texture ostensive, la lumière-matière rencontre les discontinuités de surface et produit des ombres ; dans le cas de la texture représentée, la lumière-matière n'est que fiction et représente les discontinuités de surface par des différences tonales. » (Beyaert-Geslin, 2003, p. 10).

La lumière pose aux iconographies de l'écran le dilemme de sa représentation *en train de rendre visible*, puisqu'elle est une des conditions de visibilité du texte et qu'elle dépend d'opérations technologiques qui se définissent contre ou avec l'environnement lumineux. Ainsi, on ne peut omettre que, comme pour le cinéma, la lumière a à voir avec l'énergie : elle est une matière du texte parce qu'elle dépend d'une consommation (d'électricité, d'un

---

<sup>114</sup> Annexe, Planche 8.

combustible, etc.) interne ou externe au support du texte<sup>115</sup>. De cette consommation dépend sa puissance, qui est calculable avec une unité de mesure nommée « candela » c'est-à-dire ce que perçoit un œil humain d'une source lumineuse<sup>116</sup> : « On appelle luminance le quotient d'intensité lumineuse d'un caractère affiché à l'écran. (...) Elle s'exprime par candela par mètre carré (cd/m<sup>2</sup>). » (Séguret-Gueye, Argoud, 1989, p. 60).

Le passage au numérique des dispositifs de projections dans les salles de cinéma est significatif de la complexité de l'activité d'éclairage dans l'affichage. Chez l'artiste Claude Lévêque, le lettre/écriture elle-même est lumière (écriture néon), tout comme pour Charles Sandinson qui fait couler lettres et lumière dans un flux continu sur les marches du château du centre d'art contemporain de Chamarande<sup>117</sup>.

L'idée est bien que la lumière fait exister le texte, parce qu'elle est produite par un dispositif qui lui sert de *véhicule* : pour le livre imprimé, l'éclairage est environnant, il peut être reçu de différentes manières en fonction de la couleur du papier et de l'encre qui accueille/reflète la lumière. L'inscription, en tant qu'objet matériel, peut donc être désignée comme plus ou moins lumineuse. L'écran modifie ce principe, et intègre une troisième donnée qui est qu'il peut produire de la lumière et être lui-même source d'éclairage : par là altérer son environnement. Nous y reviendrons dans un second point.

D'une manière générale, se niche donc ici une véritable conscience de la lumière qui s'exprime, par exemple, par la possibilité de régler (à partir d'une échelle) le degré d'intensité de la luminance de l'écran : une lumière voulue, travaillée, modifiant la *présence* du texte et son expérience sensible.

L'encre électronique produit un texte qui dépend de son environnement lumineux, cette technique peut néanmoins également l'en rendre autonome : sans reflet, l'écran ne renvoie pas la lumière. En regard, on évoquera un deuxième dispositif : le rétro éclairage des écrans d'ordinateurs ou de tablettes numériques qui réinterprète les contrastes et les rendus colorimétriques par la lumière qu'ils semblent diffuser *par-dessous*. Les images des écrans

---

<sup>115</sup> A ce sujet, l'ouvrage de Patrick Desile *Généalogie de la lumière* donne une approche assez complète de ces questions en croisant les caractéristiques dispositives des éclairages avec les enjeux de lumière : continue, uniforme, homogène. « Il y eut ainsi de multiples tentatives, qui toutes tendaient à préserver la continuité du faisceau.(...) Un désir : celui que la lumière qui jaillit sur l'écran soit aussi lisse que celle du jour. » (Desile, 2000, p. 33).

<sup>116</sup> Une autre unité est la *lux* : « Unité d'éclairage (symb. lx) équivalant à l'éclairage d'une surface qui reçoit normalement et d'une manière uniforme un flux lumineux de 1 lumen par mètre carré » Définition du Petit Robert 2012.

<sup>117</sup> Exposition « Au pied de la lettre », Domaine départemental de Chamarande, Essonne, 17 mai au 20 septembre 2009.

vont souvent contourner cette spécificité en faisant du bord de l'écran un simple cadre pour un texte dont l'inscription est produite par la représentation : retouchées, élaborées avec des logiciels de graphisme, ces images présentent des écrans sans matière-lumière. Pour le roman *Ah*, le message « couverturique » (pour reprendre l'expression de Grivel) serait plutôt « contempler ! » que « prendre ! », comme si le détachement d'une propriété spécifique à la textualité numérique lui faisait perdre sa qualité de texte à lire (Planche 8/4).

### ***b. Véhicule et brûlure : essence de la lumière***

La lumière renvoie à l'énergie, avons-nous dit. Au cinéma, elle sert à faire signe vers des univers surnaturels. Jacques Aumont explicite ce phénomène qui se traduit notamment par une couleur « froide ». « La lumière bleue comme signum. Comme la lumière blanche, elle peut être le signe explicite d'une mise en présence de l'au-delà, ou d'un de ses représentants. » (Aumont, 2010, p. 52). Ainsi, de lumen, c'est-à-dire « la lumière éclairante, celle de la mise en scène », on passe à une valeur de la lumière/lux, « la lumière lumineuse, celle qui n'éclaire pas mais qui est. » (Ibid., p. 57). Dans nos images de l'écran, le phénomène d'étrangeté des corps spectatoriels baignés par la lumière souvent bleutée, provient de cette hybridation entre deux valeurs de la lumière, hybridation que la représentation va souligner particulièrement. La couverture du *Monde magazine* interprète cette valeur en l'associant à la thématique de la mutation du média livre : sa matière même se défait (en pixels), pointant la propriété *éclairante* et *lumineuse* de la lumière blanche et bleuté qui affecte le corps (l'irradie) par sa luminance (Planche 8/7) : un éblouissement provoqué par un « défaut d'étanchéité » (Fleischer, 2009, p. 397). La lumière est là « comme véhicule et comme brûlure » (Aumont, 2010, p. 19), force impalpable modifiant les êtres, les pénétrant.

L'expérience du spectateur du rayon lumineux du projecteur de cinéma décrite par Roland Barthes réunit bien ces définitions de la lumière comme un transport et un agent :

« Ce rayon se monnaie, selon la rotation de ses particules, en figures changeantes ; nous tournons notre visage vers la *monnaie* d'une vibration brillante, dont le jet impérieux rase notre crâne, effleure, de dos, de biais, une chevelure, un visage. Comme dans les vieilles expériences d'hypnotisme, nous sommes fascinés, sans le voir en face, par ce lieu brillant, immobile et dansant. » (Barthes, [1975], 1995, p. 257)

On peut rapprocher les discours sur la fatigue oculaire provoquée par la lecture sur écran et dont des solutions ergonomiques tentent de nuancer les effets néfastes, de ceux portant sur

l'appauvrissement intellectuel que produiraient de trop longues consultations des machines à lire numériques. Autrement dit, la représentation de la lumière des écrans semble rendre compte de ce double niveau de discours. Par là, cette représentation donne une valeur actancielle à la lumière : celle d'un être-lumière qui, s'il n'est pas un signe de l'au-delà, fait cependant signe vers l'idée d'une immanence. La lumière vient du dedans de la machine et « brûle » en rendant visible (Planche 8/6 et 8/3).

Le travail de l'artiste Jesper Just porte sur les expériences spectatoriennes cinématographiques : pour le Mac/Val, il réalise en 2011 une installation, *This nameless spectacle*, qui comprend deux écrans de plusieurs mètres de long, se faisant face et diffusant un film monté selon deux points de vue « voyeuristes »<sup>118</sup> (Planche 8/2). Dans l'image reproduite ici, ces deux écrans ont été montés l'un au-dessus de l'autre et montrent pour l'un, la projection de lumière vers la fenêtre d'une femme qui est blessée/atteinte par l'éblouissement : le film constitue un discours sur la projection comme acte énonciatif de la lumière. Pris entre les deux écrans surdimensionnés, saisi par la proximité dérangement des images en plans rapprochés, le visiteur de l'exposition assiste sans pouvoir agir à la quasi mise à mort du personnage féminin. L'effet-éclat de la lumière est ainsi mis en récit comme « une concentration de l'énergie, dont la destinée est de se réduire à un point. (...) Le devenir de l'éclat n'est fait que d'apparitions ou de disparitions. » (Fontanille, 1995, p. 30).

Dans sa *Généalogie de la lumière* Patrick Désile, a associé la transformation des pratiques ordinaires de la lumière (bains de soleil, naturisme, etc.) avec l'arrivée du cinéma à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Il interprète cette transformation comme une mutation du rapport du sujet à la lumière :

« Le sujet rentrant dans la lumière, c'est la question de la limite qui est posée, concrètement la question de la peau, de part et d'autre de laquelle quelque chose se joue. De part et d'autre, il y a toujours bien du connu : la lumière en tant qu'elle rend visible, puis l'œil ce qu'il voit (...) Seulement, il y a aussi, désormais, autre chose, d'une part et de l'autre encore, tout un champ vague d'inconnu, même

---

<sup>118</sup> Jesper Just, *This Nameless Spectacle*, Installation vidéo. Production MAC/VAL, musée d'art contemporain du Val-de-Marne, Vitry-sur-Seine. ANNA LENA Films, 2011.

« Le titre trouve son origine dans un poème de 1923, *The Right of Way* de William Carlos Williams, poète et romancier américain, mais aussi pédiatre et médecin généraliste. Il est l'un des représentants du modernisme et de l'imagisme. Le poème aborde la question du « regard fixe mobile ». Le titre fait également référence au genre pictural du panorama (...) La double projection du film immerge le spectateur au cœur de celui-ci, jouant en partie « la fenêtre illusionniste ». (Extrait de la présentation de l'exposition Jesper Just « This Unknown Spectacle », Mac/Val, 22 octobre 2011 - 5 février 2012.)

d'inconnaissable, sinon par médiations et par bribes : la lumière qui échappe, visible mais agissante, même invisible, et pénétrante. » (Désile, 2000, p. 279)

Ainsi, l'événement d'affichage du texte est aussi celui du sujet lecteur : la lumière joue dans cette expérience un rôle central, particulièrement souligné par les discours visuels sur le texte numérique qui font de la lumière une matière qui échappe. Au point qu'elle est parfois neutralisée dans les représentations iconographiques par la modification de l'écran et de la texture de la page : mat, opaque, il fait signe au contraire vers le papier (Planche 8/4).

Quand la lumière environnante est trop vive, celle produite par l'écran y est soumise ; inefficace, elle ne « diffuse » plus, pâle et trop faible comme dans une publicité pour Amazon qui compare deux lectures sur le bord d'une piscine ensoleillée (Planche 8/5). L'écran, violemment éclairé donne à voir une obscurité propre au texte numérique qui est effacé/masqué par la surface vitrée devenant miroir. Le lecteur rentrant dans la lumière solaire génère un conflit avec la lumière de l'écran : celui-ci le renvoie à sa propre image, et le lecteur est atteint par l'éclat comme chez Jesper Just. Cette publicité qui fait s'affronter deux technologies, l'encre électronique et l'écran réticulaire, expérimente un récit qui est celui de la lumière transformant le lecteur de la tablette en un Narcisse prisonnier.

Le flux de lumière rendu nécessaire par la technologie d'affichage du texte sur les écrans numériques est ainsi l'objet de plusieurs rhétoriques dont certaines donnent à la luminance une valeur énonciative singulière. Les technologies des écrans rétroéclairés renvoient à l'iconicité du texte en étant centrées sur la machine (un projecteur) : elles mobilisent les cultures de l'image et du spectacle. En se concentrant sur l'inscription (l'encre) et la surface (blanc/noir), les écrans des liseuses définissent une textualité numérique qui s'intègre à une lumière environnante, n'entre pas en conflit avec elle et n'altère pas le sujet : ce deuxième type d'écran semble se résigner à une valeur d'objet.

### ***c. Transition – Flux lumineux et trame***

L'*appareil* de lecture engage ainsi des pratiques de la lumière qui conditionnent l'événementialité du texte : la brillance des carreaux de la station de métro anime le texte qui y est projeté en produisant un effet de scintillement. Sur les écrans de liseuses, la transformation de la page vue s'accompagne de l'image instantanée d'un négatif du texte comme des « noirs » qui défont (goment) l'inscription : ces noirs semblent un envers du texte, comme des non-textes (une fulgurance, à peine visible). De même, les défaillances de la

définition du texte qui peut être flou, nous mettent face à des formes reconnaissables (des pages, des images) et inachevées dont il faut attendre (et voir se produire) l'actualisation. Comme des images des processus technologiques sous-jacents à l'écran, ces formes sont le plus souvent fulgurantes, « invisibles » : elles contrastent avec les images publicitaires qui donnent à voir une coïncidence absolue du texte et de l'écran. Pourtant, comme on l'avait vu au sujet des affichages sur écran dans l'espace public, ces ruptures/transitions sont également des formes culturelles qui peuvent souligner par exemple les frontières entre des espaces privés et publics ou payants dans certains sites web : à la matière brouillonne et indéfinie du texte flouté *pour être vu sans être lu* s'oppose une autre édition, lisible sous réserve de paiement.

Ces pratiques nous conduisent à aborder deux aspects des faillites du texte à l'écran.

- Le premier aspect porte sur la pensée du texte comme matérialisation, comme un procès : l'exemple des images de textes dont l'édition est *inachevée* (dans une imprécision volontaire) permet de souligner à quel point ces pratiques font retour sur la technologie et construisent un rapport au texte qui est une forme à voir/prédire et participent à constituer une iconographie de la textualité numérique.
- Le second aspect concerne la part « invisible » de ces non-textes qui semblent des textes indécis/dés : souvent instantanés (des éclairs), ils sont interprétés comme des franchissements, des seuils mais surtout comme des *scories*. Ils manifestent et révèlent le travail technologique de l'appareil : ce sont des *éphémères*, qui conduisent à infléchir l'interprétation du côté de la matière, de la trame, du grain.

Notre questionnement nous conduit ainsi de la lumière, comme quantité et matière d'échange (monnaie), à la trame, comme substance /essence.

### 3. Défaillances, corruptions et affections - nouvelles images du texte

Au terme de notre chapitre, on tentera de rassembler les observations réalisées dans l'ensemble de l'ouvrage afin de déplier les principes de la tension entre la parfaite adéquation du texte et du média dans les images publicitaires, et la part granuleuse, scorique, erratique, incontrôlée de la substance de la textualité numérique : des *bavures*<sup>119</sup>. Le papier « boit l'encre » ou la met en relief en fonction de son gramage, il comporte des marques de malfaçon, il jaunit, se corne et sent la colle : l'écran produit d'autres *affections* du texte, au

---

<sup>119</sup> Annexe, Planche 9.

double sens de sentiment et de dysfonctionnement. C'est par la mise en image de l'écran que ces affections peuvent apparaître comme des formes signifiantes : par des « arrêts sur image », faisant violence au flux, à la continuité, à l'homogène.



Illustration 58. Eric Rondepierre, *DSL 03*, 18 mai 2010, Tirage lambda sur diasec, 50 x 66 cm.

On s'arrêtera plus particulièrement sur deux illustrations qui montrent des redéfinitions de la textualité numérique et de l'équilibre entre support matériel et support formel. D'abord, l'intervention des artistes, qui travaillent à déplier/replier les liens entre matières du texte et du média<sup>120</sup> ; ensuite, on s'intéressera à la manière dont une signalétique urbaine, les *Sentiers numériques* en Arles, s'appuie justement sur les frottements et contrastes entre des substances de l'écran.

#### ***a. Bavures, éphémères et scories : matière(s) à de nouveaux textes***

Les artistes ont particulièrement exploré la médialité des dispositifs de représentation et de visualisation, autrement dit, des rapports entre média et texte. Les formes qu'ils réalisent révèlent une certaine nature de ces rapports, souvent fondée sur la défaillance, l'erreur, l'échec. « Le pixel est la plus petite surface homogène constitutive d'une image enregistrée

---

<sup>120</sup> A ce sujet, voir le dossier de la revue *Protée*, « Esthétiques numériques. Textes, structures, figures » dirigé par Bertrand Gervais et Alexandra Saemmer, Volume 39, printemps 2011, 127 p.. En particulier les articles de Bertrand Gervais et Anaïs Guilet (Gervais, Guilet, 2011) et de René Audet et Simon Brousseau (Audet, Brousseau, 2011).

par un système informatique et pouvant être transmise. » (Le Petit Robert, 2012). C'est la texture la plus commune des écrans, mais il faut néanmoins ne pas omettre celle produite par les capsules d'encre électronique (papier électronique) notamment parce qu'elles génèrent d'autres éphémères, ces « noirs » qui iconicisent un tempo.

Certains artistes travaillent cette matière numérique, comme Robert Demiaux qui produit/vend des matrices d'images, et des images, sous forme d'objet (le tableau) :

« J'essaie toujours de garder un grain, c'est-à-dire un signe qui se manifeste par des carrés, des pixels, des chiffres ou des formes dessinées. Les images numériques, toutes fabriquées avec du grain, sont imaginaires (...). Même les images photoshopées d'aujourd'hui ont du grain. Pour moi, montrer le grain, c'est un choix esthétique. » (Demiaux, 2010, p. 28)

Si Demiaux fait de la trame des affichages numériques une substance, il définit une essence du texte par l'unité d'affichage point à point, le pixel. Ses œuvres constituent des variations autour de cette trame.

Depuis une vingtaine d'années, Eric Rondepierre réalise des images d'écran : il effectue d'abord des « reprises de vue », c'est-à-dire des photographies ou captures d'images interstitielles, *invisibles*, dans les images rectangulaires des films de cinéma. « Il suffisait d'arrêter le film comme on arrête le temps pour voir quelque chose émerger d'entre les images, sur elles, en elles au-dessus, par-dessous » (Rondepierre, 2003, p. 175). L'artiste saisit ainsi dans les photogrammes des « arrêts sur image » qui donnent par exemple la série des *Excédents* au début des années quatre-vingt-dix : des images noires sous-titrées qui « ne sont pas des images voulues, pensées par le réalisateur. Ajouts minuscules, invus le plus souvent, elles viennent trouer d'une ombre fugace le déferlement des images animées. » (Riout, 2003, p. 40). Le travail de reprise de vue réalisé sur l'écran de télévision par la médiation du magnétoscope conduit à saisir l'image du film dans une médialité qui est celle « engendrée par les lignes horizontales du balayage électronique » (Ibid., p. 41), Pour Denis Riout, le travail d'Eric Rondepierre dit moins de choses de l'expérience du cinéma que de celle de la télévision. Le *grain* évoque ainsi une ambiance sonore, une atmosphère, connotées par l'iconicité d'un texte médiatique. L'intermédiaticité est ainsi reconsidérée par le prisme de la substance du support (de son *fond*), de son *grammage* et des réécritures qui l'affectent et en perturbent les repères culturels. La production d'une image, pour l'occurrence artistique, révèle l'« invu ».

Plus récemment, l'artiste s'est intéressé aux films diffusés sur les écrans numériques par le biais d'internet. Les images capturées par Eric Rondepierre de scories sont ainsi commentées sur son site web :

« La série « DSL » (« Désolé de Saboter vos Lignes ») est composée de 18 photographies couleur. A l'origine, des films (Hitchcock, Lynch, Godard, Truffaut, Ophüls...) retransmis à la télévision par ordinateur (Digital Subscriber Line). Ce passage par la toile peut provoquer des dysfonctionnements dans la relation entre le flux des lignes (le débit) et le décryptage des signaux. L'artiste a effectué des prises d'écran non retouchées de ces aberrations. Il les a fait tirer sur papier photo et mettre sous diasec. « DSL », bien qu'ancrée dans la technologie la plus contemporaine, renvoie visuellement à des pratiques manuelles plus anciennes comme la peinture, le vitrail ou la mosaïque. »<sup>121</sup>

Le texte met très explicitement en avant le travail sur la texture de l'image numérique qui s'effectue d'abord dans les opérations technologiques d'affichage de l'image, ensuite, dans la représentation réalisée par l'artiste à partir de captures d'écran. En quelque sorte, le geste de l'artiste rend tangible une matière du texte qui pourrait (ne serait) sans cela qu'un fantôme justement parce qu'il en montre les aberrations, qu'il rend visible des scories de l'affichage dans la surface de l'écran. A propos du cinéma en 35 mm, Aumont précisait que « *la matière du film* n'est pas un fantôme (...) : il y a réellement eu de la matière dispersée sur la pellicule (...) et à la vision sur l'écran je ne peux me soustraire à la présence forte de cette matière : elle me semble tangible. » (Aumont, 2010, p. 36). Il rapproche l'expérience sensible de la projection de celle que l'on peut avoir devant un vitrail, « qui impose, lui aussi, la force de sa matérialité, (...) et cependant donne avant tout une expérience de la lumière (...) vue selon une certaine essentialité. » (Aumont, 2010, p. 36).

Aussi, les œuvres de Rondepierre questionnent les écrans en tant que supports matériels et formels pour l'inscription, ce que Marie-José Mondzain formule en ces termes : « Le visible nous arrive non plus comme la trace du passé mais comme l'inscription de ce qui vient, de ce qui reste à produire. » (Mondzain, 2003, p. 170). La mention « non retouchée » qualifiant ces images *aberrantes* est tout à fait significative d'une intention qui est de saisir l'événement du texte en dehors de sa prédéfinition programmée, en dehors de toute stratégie. La capture

---

<sup>121</sup> Eric Rondepierre, [http://www.ericrondepierre.com/pages/fr\\_dsl.html](http://www.ericrondepierre.com/pages/fr_dsl.html), consulté le 17 juin 2012

d'écran advient comme un geste d'appropriation, une tactique de révélation. Ces images parlent avant tout de l'écran comme surface d'apparition et comme technologie.

En filiation avec le travail de Rondepierre, un recueil de captures d'écran de bugs électroniques a paru sous forme imprimée aux éditions Volumiques, intitulé *Kernel Panic*<sup>122</sup> : retour à l'imprimé, donc (Planche 9/2). La présentation de l'ouvrage mentionne qu'il s'agit d'un texte sans auteur, « le bug n'appartient à personne et personne ne veut de lui ». Changement de cadre, fixation d'une substance qu'Alexandra Saemmer a rapproché de l'élément aquatique (Saemmer, 2011, p. 274).

D'une certaine manière, ces transports médiatiques déterminent un statut du texte qui le culturalise, garde trace de ses *affections* (en produit des empreintes). Si la machinerie s'enraye, elle engendre néanmoins des formes qui sont culturelles et font état de leur support d'origine par leur métamorphose formelle même : dans l'illustration de gauche, le « bureau » informatique transparait derrière les fenêtres d'avertissement du bug, et, si les bords du moniteur ont disparu tout comme le cadre de l'interface du système, la double page du livre évoque instantanément le rectangle horizontal de l'écran numérique. A droite, les trouées constituées par le décryptage partiel des informations numériques connotent le document numérique, et par là, l'écran.

La défiguration du texte numérique cristallisée par des représentations artistiques ou des propositions éditoriales s'inscrit dans l'histoire ce que Lev Manovich relève à propos des textes numériques qui « ne cessent de nous rappeler leur artificialité, leur incomplétude (...). Ils nous présentent une illusion parfaite pour nous en exhiber les rouages l'instant d'après. » (Manovich, 2010, p. 374). Ainsi, il décrit là les temps suspendus, les anomalies et les incohérences comme des éphémères à la fois instantanés et nécessaires : sur internet, le lecteur

« est forcément témoin de la manière dont le message se construit dans le temps. Une page se remplit petit à petit, de haut en bas, le texte vient avant les images, celles-ci arrivent avec un faible degré de résolution et s'affinent peu à peu. Finalement, tout s'assemble en une image lisse, impeccable, que le prochain clic détruira. » (Manovich, 2010, p.375)

---

<sup>122</sup> *Kernel Panic*, objet-livre paru en cent exemplaires en sérigraphie quatre couleurs, signés et numérotés, <http://www.volumique.com/fr/>

On perçoit combien les images fixant ces « ratés » nous conduisent à revisiter les notions d'éphémère et de non-livre : « des documents produits en relation avec un événement particulier et qui ne sont pas censés survivre à la circonstance de leur message. » (John Pemberton cité par Petit, 1997, p. 14). Ces images participent à construire une culture visuelle du texte numérique engageant en creux une trivialité de l'écran qui n'est pas seulement fondée sur le cadre (la surface) mais aussi sur sa texture. En cela, elles se situent en contrepoint des images de l'écran comme une surface d'accueil pour une inscription déjà-là (mais invisible) et disponible.

Le dernier point de ce chapitre présente un cas singulier de culturalisation de l'écran mettant en jeu de faux-écrans. A travers cet exemple, nous souhaitons réunir les trois angles problématiques dégagés dans cet essai à propos des représentations de l'écran :

- l'espace public qui constitue un « espace d'accueil » ou « macro-syntaxe » pour l'écran parmi d'autres objets d'écritures (Fontanille, 2005, p. 191).
- La fiction de la matière à travers notamment le motif du pixel, un crénelage qui « assume en ce cas une fonction métadiscursive et clame l'origine numérique du texte ou de l'image » (Beyaert-Geslin, 2004, p. 75).
- La « mise en image » de l'écran comme exercice de la production d'un métadiscours sur la textualité numérique. « En ce sens, si la multiplicité des références au modèle génératif numérique porte témoignage d'une vaste adhésion, voire d'une euphorie numérique, il resterait à tempérer cet effet de sens trop général en ajoutant qu'elles sont avant tout une façon de s'inquiéter de notre relation aux images ». (Ibid., p. 181)

### ***b. Sentiers numériques, Arles, été 2012***

Dans la ville d'Arles, une nouvelle signalétique est expérimentée au cours de l'été 2012 : le dispositif s'intitule « Sentiers numériques »<sup>123</sup>. Le projet est conçu par la société VIDE Vibrant\_Design en collaboration avec la ville d'Arles et a obtenu le label Marseille Provence 2013, dans le cadre du projet de Capitale européenne de la Culture. Le « sentier » dont il sera question ici n'est qu'un fragment de l'ensemble de la signalétique à venir dans l'espace urbain, et ne concerne que l'unique rue des Arènes qui conduit de l'Hôtel de ville à l'Amphithéâtre romain.

---

<sup>123</sup> « Sentiers numériques », <http://www.lessentiersnumeriques.com/> et <http://vide.eu/projet-3/>.



**Illustration 59. Rue des Arènes, Arles, juillet 2012. Photographie de J. Bonaccorsi**

Cette signalétique a pour objectif de transformer les objets d'écriture en imaginant des supports matériels contrastant avec les supports classiques de la communication qu'ils déclinent et transforment, notamment par le recours à la lumière (Led) : c'est le cas des « Ribandelles », mutation du kakemono en une forme étroite et lumineuse dont le dessin est tissé. Egalement, la signalétique modifie l'espace public en intervenant sur le statut d'un objet comme le boîtier de compteur d'électricité Erdf. L'ambition du projet est d'intervenir à la fois sur les objets d'écriture et sur l'espace public, comme une « réécriture esthétique de l'espace public » (Labelle, 2008, p. 74). Il est proche en cela de projections numériques de tableaux sur la cathédrale de Rouen que Sarah Labelle analyse comme des dispositifs spectaculaires de la culture numérique : « ces manifestations composent des formes d'investissement et de réécriture de l'espace social ordinaire par une esthétique de la technique. » (Ibid.). D'autres installations dans l'espace urbain ont parfois également mobilisé de « faux » écrans : on pense à la transformation en écran géant de la tour T2 de la BNF pour la Nuit Blanche d'octobre 2002 : « il était possible de jouer au Tétris sur la façade (...) transformée en un écran géant (20 x 36 pixels sur une surface de 3 3370 m<sup>2</sup>) utilisant l'éclairage des fenêtres. » (Fourmentraux, 2008, p. 145). La modalité autoréflexive du dispositif est puissante puisqu'elle associe l'architecture (le livre, la page) à la substance du texte numérique, en mobilisant un texte emblématique (celui des premiers jeux vidéo). Comme un retour aux

« racines », l'installation fabrique une véritable monumentalisation de la textualité numérique, effaçant le cadre même de l'écran dans la nuit.

En Arles, le dispositif, bien que moins spectaculaire, produit bien une représentation de la culture numérique. La médiatisation d'un événement suppose la production d'images illustrant plusieurs supports de communication événementielle (photographies sur le site web, vidéo, dossier de presse, etc.). L'ensemble d'images réunies ici croise des photographies prises par nous avec des captures d'écran, des extraits du dossier de presse (Planche 9/3, 9/4, 9/5, 9/6).

La réunion de ces images met en évidence les différentes échelles de la représentation d'une « culture numérique », depuis le carré du pixel jusqu'à l'intégration des objets d'affichage que sont les *tabaluz* dans l'économie scripturaire d'un mur, en situation : mis en scène pour le dossier de presse dans une image qui accentue le contraste entre la lumière bleue du (faux) écran (9/4), moins spectaculaire dans la photographie prise par nous (9/5).

Les tableaux gris, mats et opaques des compteurs Erdf sont transformés en supports lumineux (LED) pour des feuilles imprimées rodoïdes : ces cadres lumineux fonctionnent dans l'espace urbain de manière ambiguë. Ils s'apparentent à des écrans dynamiques et *ressemblent* à du papier électronique : pourtant, ils sont matériellement imprimés, et leur modification implique l'ouverture manuelle de la boîte et le remplacement de la feuille rodoïde. Baptisés « *tabaluz* », ces faux écrans font sens en contraste avec la matité et l'opacité des compteurs Erdf qu'ils « habillent »<sup>124</sup>.

- Le premier logo du projet rassemble les motifs de la projection (d'une surface à une autre) et de l'aplat coloré par des arcs de cercles désignant à la fois le réseau, le lien entre des textes (hypertexte) et la déambulation (Planche 9/3). D'un point à l'autre, le trajet/sentier est celui du visiteur et celui du texte qui est à venir, sur un autre écran. Par le biais des balises QRcode<sup>125</sup>, le faux texte numérique renvoie à un autre document activable au moyen d'un smartphone ou d'une liseuse ayant accès à

---

<sup>124</sup> « Philippe Schiepan, directeur de l'agence VIDE, qui a conçu les Sentiers numériques, un réseau signalétique pour la ville : les ribandelles, rubans de lumière en fibre optique, invitent les promeneurs à observer les monuments, et plus généralement, l'environnement qui les entoure ; les *tabaluz*, lumineuses tablettes interactives, habillent les boîtiers des compteurs électriques. Pour le plus grand plaisir des passants, ces tablettes dévoileront des musiques, des monuments en réalité augmentée, des panoramas... ; les totems communicants, quant à eux, permettent le téléchargement d'applications créées par les Sentiers numériques », Vibrant Design. <http://vide.eu/category/projects/>, consulté le 20 juin 2012.

<sup>125</sup> « Le QR Code est un code barre à 2 dimensions qui permet de stocker des informations numériques (textes, adresses de site web, etc.). Il peut-être déchiffré à partir d'un téléphone mobile équipé d'un appareil photo et du lecteur approprié. Imprimé sur un support ou placé dans l'environnement urbain, il permet de relier l'espace physique et l'espace numérique. », <http://qrcode.fr/>, consulté le 5 septembre 2011.

internet. Dernier avatar de la mobilité, ces balises déterminent un statut de document secondaire<sup>126</sup> pour les « tabaluz ». On peut observer que le crénelage du pictogramme représentant le promeneur (dans le logo 2 et dans la flèche qui désigne le QR code) représente à la fois la texture du QR code, composé de petits carrés, et l'écran, démultiplié en autant de micro-écrans.

- Un des effets de sens désiré par les concepteurs est aussi de produire un contraste plastique avec l'espace urbain, dans une ville dont l'imagibilité est d'abord celle de l'« antique » et d'un bâti ancien : comme dans beaucoup de villes du sud, les rues et les murs sont souvent défraîchis. Les images du *showroom* de l'inauguration mettent particulièrement en évidence le choix d'exposer ces boîtiers à texte dans un espace industriel, aux murs de béton brut<sup>127</sup>. Contraste de la matière (rugueux/lisse, brillant/mat) mais aussi du modelé, les lignes du boîtier soulignées par sa luminosité contrastant avec les courbes des tags, l'arrondi des pierres. Le faux-écran numérique *incrusté* dans le mur en devient un élément.

Ce dispositif signalétique intègre une certaine trivialité de l'écran d'affichage dans l'espace public avec une culture de la textualité numérique. Celle-ci associe à une matérialité du texte (la trame, l'inscription) une logique d'événementialisation qui passe, notamment, par l'usage de la luminescence comme signe d'identification. Les « tabaluz » doivent donc être lumineuses pour faire sens comme des textes numériques : seule leur *trame* en gros plan (Planche 9/6) (visible de près) peut se substituer à leur luminosité (visible de loin) dans le métadiscours qu'elles produisent sur l'écran.

On perçoit ici à quel point l'écran devient, comme l'image imprimée dans d'autres temps, un quasi élément typographique. Le rapprochement avec la recherche éditoriale sur la publication de l'imprimé pour la photographie allemande des années vingt est particulièrement intéressant. Le « rapport texte/image, la succession des pages, l'acte même de feuilleter un volume. » va occuper une place fondamentale, ce que Lugon nomme « photographie d'encre » (Lugon, 2007, p. 101). La notion de « typophoto » théorisée par Moholy-Nagy articule ainsi expressions visuelles et textuelles, répondant aux enjeux économiques d'une

---

<sup>126</sup> On appelle document secondaire les documents comportant des informations de nature signalétique ou analytique sur des documents primaires : banque de données bibliographiques, bibliographie, bulletin analytique ou signalétique, catalogue, index. (Source ADBS, [http://www.adbs.fr/document-secondaire-16888.htm?RH=OUTILS\\_VOC](http://www.adbs.fr/document-secondaire-16888.htm?RH=OUTILS_VOC), consulté le 10 janvier 2012)

<sup>127</sup> Cela fait partie des lieux d'expositions traditionnels pour la photographie lors du Festival international de la photographie d'Arles.

sorte de rentabilisation du signe en lien avec la publicité. Ce qui est curieux ici est la transformation même du *statut de l'image*, prise dans la grille modulaire des paramètres éditoriaux, qui devient un « élément de la casse parmi d'autres » que les graphistes eux-mêmes prennent en charge, les photographes étant relégués au rang de fournisseurs (Ibid., p. 106). Olivier Lugon met ainsi en relief la part culturelle d'une pratique de l'écriture typographique (une énonciation éditoriale) qui repose sur « une prééminence du texte » (Ibid., p. 112).

Deuxième dimension intéressante, l'exposition muséographique menée par les « Nouveaux Typographes » installe le texte verbal dans un nouveau rôle puisqu'il sert à stabiliser le sens de l'image (chapitres, titres, cartels) mais, surtout, il devient lui aussi *sujet à image* :

« Les panneaux berlinois (...) donnent une idée de l'étrangeté de ces objets, qui « s'avèrent des agrandissements photographiques négatifs de textes écrits à la machine (... ». Un autre commentateur parle « d'images de textes », soit une forme photographique de l'écriture, dans laquelle deux modes de communication seraient désormais fondus l'un dans l'autre. » (Ibid., p. 115-116).

L'intérêt de ce détour historique tient dans la proximité qui se joue dans les mutations de deux publicités de l'écrit, et qui font toutes deux signe vers le trajet intermédiaire plutôt que vers le média. « Pour faire image, le mot doit se soumettre à la loi de l'image » commente Alain Fleischer à propos du film de Michael Snow, *So Is This* (Fleischer, 2009, p. 210). Plus loin, il définit les œuvres de Charles Sandison comme une boucle entre texte-image et image-texte, « des mots sont filmés et se comportent comme des objets, comme des accessoires, comme des décors : impeccables graffitis sur le mur d'un décor de cinéma. » (Ibid., p.211).

Les médiations en jeu sont particulièrement apparentes dans l'exemple donné par Olivier Lugon : la photographie du texte muséographique apparaît sous sa forme « négative », comme faisant signe vers sa qualité d'image photographique, avant de désigner les éléments verbaux à lire. L'historien conclut à l' « idéal d'une photographie du langage, ou d'une typographie de la lumière » (Ibid., p. 117) nous ainsi donnant l'occasion de repenser, par un regard rétrospectif, les métamorphoses culturelles du texte par ses procès de représentation.

Notre pratique de l'image a orienté la recherche vers le dispositif technique de production de l'image lui-même. Filmer et photographier des textes numériques sur un écran constituent des opérations qui font singulièrement ressortir les contrastes entre matières (celle du bord de la machine, celle de la trame des pixels) et font apparaître les « bandes » du balayage de l'écran

invisibles à l'œil nu. Comme la photographie d'écran de télévision, les appareils de prise de vue saisissent ce que l'œil humain ne peut voir, déjouant les illusions d'optique et introduisant par là une véritable esthétique des représentations iconographiques des écrans. Ces processus s'apparentent à une opération *magique* ou de *dévoilement* : en tout cas, sans nous égarer, on peut considérer que les images produites nous rappellent à la matérialité des écrans et que la sélection, le traitement et la destination de ces images condensent des formes de la textualité numérique parfois inédites, souvent omises et peu explicitées.

Comme il n'est pas d'image plus *documentaire* qu'une autre, on peut considérer différentes entrées sur la matière de l'écran comme des *illusions*, en tant qu'elles soumettent les écrans à leurs lois : celles du dispositif technique de prise de vue, celles de leurs référents esthétiques, celles de leurs destinations, etc. En ce sens, l'écran se métamorphose selon ses représentations : il est tour à tour support solide, conduit, miroir, ou encore, il peut disparaître au profit de l'apparition du seul texte qui le signifie comme une forme abstraite, accessoire. En détachant le texte de son support matériel (ignorant son cadre physique, l'objet technologique) les images affirment une textualité numérique qui fait sens et culture hors du support. Les représentations publicitaires engagent une coïncidence du texte et de l'écran qui rassemble média et texte, les fusionne (en réconcilie les éléments) ; les images artistiques quant à elles négocient avec la part industrielle et stratégique des textes à l'écran. Ces modelages de la matière interrogent tous l'expérience de la lecture numérique, comme expérience esthétique, esthétique, herméneutique.

## Conclusion

---

Une recherche contient toujours un pari : tenir la longueur de l'enquête, définir des limites souples et « mobiles » au questionnement en le réajustant au fur et à mesure de l'enquête, déployer dans l'écriture les nœuds de l'analyse.

L'intuition qui a donné lieu à cette étude reposait sur l'hypothèse que le mot « écran », particulièrement plurisémiotique, présentait des similitudes avec l'« image ». Chacun de ces termes engendre une indistinction entre des objets, des catégories, des textes, des empreintes ou des traces, des idées, des métiers, des techniques, des supports. D'une certaine manière, nous dirions que les mots « image » et « écran » comportent étymologiquement et sémantiquement plusieurs dimensions (qui ont été décrites par d'autres) mais qu'ils font sens d'une certaine manière, à une certaine époque, pour certains acteurs : en cela, l'image (« le siècle de l'image ») ou l'écran (la « société de l'écran ») présentent la même capacité à produire des effets symboliques et sociaux en s'attachant à des objets concrets *conjoint*s avec des contenus médiatiques, des *textes*. La « charge » sémantique y est remarquable par sa double dimension qui permet de considérer des formes matérielles et de désigner une culture, toute une société. Ces catégories sont, toutes deux, des catégories de la représentation.

Au début de l'enquête, la question de l'usage du singulier ou du pluriel (*l'écran* ou *les écrans*) a été posée. Parler de *l'écran* est, comme nous venons de le souligner, redire une tautologie. Pourtant, c'est bien ce pari qui a été fait et l'enquête démontre la pertinence de l'usage du singulier qui recouvre l'indiscernable en jeu dans l'objet. Plutôt que de considérer l'écran comme une catégorie englobante et générale à *définir* et *distinguer*, nous avons plongé dans cette indistinction et donné corps à une phénoménologie de l'écran. Puisque nous *indistinguons* le texte à lire, l'objet à tenir, le cadre à définir, dans les acceptions quotidiennes du mot écran ; puisque les industries culturelles ou médiatiques se confondent avec les industries technologiques dans des entrecroisements économiques qui associent système informatique, objet et contenu culturel (l'« appli »), l'écran devient bien une catégorie dont la valeur anthropologique s'établit dans les glissements entre ces éléments, ces niveaux, ces concrets. Pour preuve, le site web « Ecrans » créé par le journal *Libération* et qui est structuré

par les six rubriques suivantes : « internet », « télévision », « cinéma », « dvd », « jeux », « téléphone ». On bascule ainsi du média, en passant par le support, l'industrie culturelle, la machine et l'objet.

Au-delà de ses dimensions techniques et marchandes, l'écran fait culture, à la manière des imageries décrites par Philippe Hamon. Et, comme celui-ci le dit à propos de l'image, nous avons nous aussi « commencé à voir des écrans partout », non pas dans la littérature, mais dans les formes multiples de présentation des objets écrits. Des chercheurs ont particulièrement décrit de quelles manières les pratiques de lecture contemporaines sont tissées des cultures propres à l'imprimé (dans sa diversité évidemment, car, du roman-photo à la presse ou au mode d'emploi, c'est toujours lire) et au texte numérique (depuis les bornes tactiles des gares jusqu'aux livres numérisés). Ce tissage est interne aux textes eux-mêmes, comme le nom du groupe de musique électro « Alt-J » qui fait référence à un raccourci clavier ; il se manifeste dans l'énonciation éditoriale des écrits d'écrans et de l'imprimé ; il s'actualise dans des pratiques d'écriture fondées sur l'intermédiaticité.

La présence de l'écran est particulièrement familière, au-delà de l'objet physique qu'est l'écran numérique/électronique. Nous avons choisi d'opérer des traversées entre différents types d'écrans particulièrement liés aujourd'hui, d'une part en raison de nouvelles configurations économique-médiatiques comme la « convergence numérique » ou le « transmedia », d'autre part à cause leur présence souvent contigue et parfois imbriquée dans leurs représentations visuelles comme dans l'espace public. Il nous intéressait de caractériser les expériences de la lecture sur écran à partir d'une phénoménologie, donnant à la perception et au sensible une place importante (ce qui a été désigné dans l'étude comme une *esthétique*), mais en lien avec les formes médiatiques (une *esthétique*).

A l'issue de l'enquête, des éléments apparaissent qui donnent particulièrement matière à prolongement. Nous montrons ci-après quelles pistes ouvre cette étude et quels développements elle appelle.

D'abord, le choix de ne travailler qu'à partir d'ensembles d'images a particulièrement mis en discussion la question de la *représentation*. Ces *visions* des écrans ont permis de considérer des figures, des motifs, des signes plastiques en les rattachant à des ensembles plus vastes et historicisés de représentations iconographiques de la lecture ou du livre, de l'écrit. Le travail de la représentation est à l'œuvre dans toutes ces images, et elles mettent toutes en tension le rapport entre le support et l'inscription, le média et le texte. Quelle page est montrée ? Doit-elle/peut-elle être lisible ? Quel artefact du texte produit-on ? Que disent ces images de la

lecture et de l'interprétation ? Le *texte* numérique peut se définir comme une configuration signifiante parce que dans l'écran, mais possiblement autre, rejoignant par là les analyses sémiotiques des écrits d'écrans qui donnent à la prédilection sémiotique une place centrale. Lire à l'écran, c'est d'abord voir des signes (des formes) dans le cadre, en distinguer l'intermédiaticité, interpréter à partir d'eux un autre texte, absent/ non-visible. Représenter ce texte, c'est opérer des choix dans ce qui l'identifie comme écrit d'écran (ce qui suppose de déterminer/reconnaître des *propriétés* du texte numérique), c'est également en changer la matérialité et le statut, comme pour la peinture qui fait de l'écriture un geste du peintre, un dessin. La pratique de recherche est particulièrement concernée par la production de représentations dans les choix qu'elle implique, les recadrages, les décontextualisations. On voit la portée heuristique d'une réflexivité sur les sources visuelles exercée en même temps qu'une pratique libre de leur production, de leur mobilisation et de leur mise en relation. A partir de rencontres entre les images, de leurs « dépaysements » comme de leurs réagencements, nous avons pu mettre en évidence certaines dimensions d'une culture de l'écran et de la genèse de ces fantasmagories. La réalisation des planches (d'un atlas) soutient la dynamique générale de l'enquête, dans l'élaboration des hypothèses comme dans les analyses. Le croisement *visuel* entre des images publicitaires avec d'autres types d'images, artistiques ou profanes a rendu compte des migrations des motifs et de leurs transformations réciproques, de la perméabilité entre les genres d'images, de la répétition et de la citation, pointant ainsi certains aspects des *croyances* liées à la culture de l'écran et la textualité numérique, à la fois dans leur histoire et dans leur dynamique.

Les principales caractéristiques des fantasmagories de l'écran ressortent de nos analyses à la frontière entre une sémiotique médiatique et une sémiotique du sensible : elles nourrissent la réflexion sur les *qualités* du texte numérique et de l'écran, comme surface/cadre d'affichage et comme culture. Dans ce parcours visuel, on voit se définir une nouvelle culture de l'écrit à partir de trois tensions.

D'abord, cette imagerie de l'écran fait apparaître une oscillation entre une forte standardisation voire une industrialisation de l'expérience, et une poétique de la contingence et de l'empirie. La règle (la mesure) s'exerce sur les corps, à travers la circulation de « grammaires » du geste et la sémiotisation du corps dans l'écran ; elle implique également les textes, par leur cadrage (celui, concret de la machine, celui, symbolique de la forme du texte), et par leur matière, une *texture* sans geste énonciatif : le « grillage » de l'écran, la lumière.

La deuxième tension met ainsi en jeu l'événement de l'affichage (comme un programme) et ce qui est vu. La mesure est celle du rythme, d'un tempo qui repose sur des séries (enchainements des gestes, des pages, des lettres, des images, des pixels), elle est particulièrement significative d'une modalité de la représentation qui est une textualisation de la *lecture*. Le regard rétrospectif mené sur les publicités depuis une trentaine d'années est représentatif du déplacement opéré pour le statut du texte numérique, depuis un objet *calculé* jusqu'à un objet *édité*. L'expérience des ratés du texte (de ses défaillances) s'expose comme une résistance, proprement politique, exact contrepoint des représentations d'objets écrits *déjà là* dans le cadre.

La troisième tension concerne l'engagement du lecteur, entre *interprétation* et *hypnose*. D'une part, le morcèlement des corps et la stéréotypie des postures caractérisent un spectacle de la manipulation, mécanique et hypnotique, renforcé par l'impact de la lumière sur les corps qui fait écho à d'autres écrans et d'autres expériences sensibles (cinéma, télévision). D'autre part, les filiations visuelles entre les scènes de lecture de l'imprimé et certaines images de lecture sur écran redéfinissent une subjectivation, qui est aussi celle de l'appropriation de l'objet et qui s'oppose à une passivité des lecteurs objectivés et « blessés » par la luminosité.

Ces fantasmagories de l'écran apparaissent ainsi caractérisées par l'événementialité (le tempo) et la luminescence, comme deux *états* de la textualité numérique qui sont, de manière conjointe ou disjointe, l'objets de neutralisations ou d'exacerbations/révélation dans le travail de la représentation. Ces deux états comportent tous deux une dimension cachée, invisible (celle de la technologie, celle de la magie) : lire/voir l'écran, c'est à perdre la vue et la raison. La textualité numérique se définit ainsi dans ces illusions d'attente qui lui donnent *matière* et *corps*, dans le creux de la main comme sur les murs des métropoles, ou au détour d'un couloir de métro. Un sentier est à suivre, amorcé dans les rues d'Arles, qui invite à reconsidérer l'affichage urbain et la monumentalité des écrits dans l'espace physique de la ville. En modifiant les relations entre espace physique, texte et média, les écrans introduisent des filiations d'un genre nouveau entre des échelles variées du texte, de poche comme géant, marchand et public. Afficher, *visualiser*, prévisualiser : le lieu commun de la « visualisation » a certaines de ses racines dans les fantasmagories analysées ; la « visualisation » constitue une forme contemporaine de publicité de l'inscription, dont la présence dans des domaines variés de la société contemporaine définit un espace d'enquête à parcourir véritablement stimulant.

## Bibliographie

---

ARASSE Daniel (2009), *Le détail : pour une histoire rapprochée de la peinture*, Paris, Flammarion.

AROLDI Piermarco (2010), « Varchi e passaggi », In, Colombo Fausto (dir.) *Tracce. Atlante warbughiano della televisione*, Cologno Monzese, Link, p. 53-57

AUDET René, BROUSSEAU Simon (2011), « Pour une poétique de la diffraction de l'œuvre littéraire numérique : l'archive, le texte et l'œuvre à l'estompe », *Protée*, Volume 39, numéro 1, printemps, p. 9-22.

AUMONT Jacques (2010), *L'attrait de la lumière*, Paris, Yellow Now.

AUMONT Jacques (2009), *Matière d'images, redux*, Paris, Éditions de la Différence, coll. « Essais ».

BADIR Sémir (2004), « Intensités d'affichage », *Nouveaux Actes Sémiotiques*, <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1565>, consulté le 13/05/2012.

BAETENS Jan (2008), « Une autre histoire. Les leçons de la forme dans la bande dessinée historique espagnole », in DARRAS Bernard, (dir.) *Images et études culturelles*, Publications de la Sorbonne, p. 81-95.

BARTHES Roland (1995), « Roland Barthes contre les idées reçues », in BARTHES Roland, *Œuvres complètes*, Tome III, 1974-1980, Paris, Seuil.

BAUDRILLARD, Jean (1968), *Le Système des objets*, Paris, Gallimard.

BAZIN André (1959), *Qu'est-ce que le cinéma*, Paris, Editions du Cerf.

BEGUIN Annette (2001), « Le corps dans les lectures à l'écran », *Spirale*, n°28, p. 145-162.

BEGUIN Annette et al., (2003), « Formes observables, représentations et appropriations du texte de réseau », in SOUCHIER Emmanuël, LE MAREC Joëlle, JEANNERET Yves (dir.), *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, Editions de la BPI, 2003, p. 91-158.

BEGUIN Annette (2006), *Images en texte / images du texte*, Lille, Presses Universitaires du Septentrion.

BELISLE Claire (dir.), (2011), *Lire dans un monde numérique*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib.

- BELLOUR, Raymond (2009), *Le Corps au cinéma. Hypnoses, émotions, animalités*, Paris, POL.
- BELTING Hans (2004), *Pour une anthropologie des images*, [2001], Gallimard.
- BERTHELOT-GUIET Karine, OLLIVIER-YANIV Caroline (2001), « « Tu t'es vu quand t'écoutes l'État ? » », *Réseaux*, Vol. 4, n° 108, p. 155-178.
- BERTHELOT-GUIET Karine (2004), « Instrumentalisations de la sémiotique », *Études de communication*, n°27, <http://edc.revues.org/index148.html>, consulté le 08 août 2012.
- BEROUJON ANNE (2009), *Les écrits à Lyon au XVIIème siècle*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- BEUSCART Jean-Samuel (2009), « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? Les usages de Flickr », *Réseaux*, n°154, p. 91-129.
- BEYAERT-GESLIN Anne (2003), « Texture, couleur, lumière et autres arrangements de la perception », *Protée*, vol. 31, n° 3, 81-90.
- BEYAERT-GESLIN Anne (2004), « Crénelage, capiton et métadiscours (où l'image numérique résiste à la ressemblance) », *Protée*, vol. 32, n° 2, p. 75-83.
- BEYAERT-GESLIN Anne (2008), « De la texture à la matière », *Protée*, vol. 36, n° 2, p. 101-110.
- BEYAERT-GESLIN Anne (2009), « Fragile Margaret », in BEYAERT-GESLIN Anne (dir.), *L'image entre sens et signification*, Paris, Publications de la Sorbonne.
- BOLLOCH Joëlle (2007), *La photographie au musée d'Orsay*, Paris, 5 Continents / Musée d'Orsay.
- BONACCORSI Julia (2009), *Le devoir de lecture. Médiations d'une pratique culturelle*, Paris, Hermès Lavoisier.
- BONACCORSI Julia (2011a), « Introduction », *Culture & Musées*, n° 17, p. 13-19.
- BONACCORSI Julia (2011b), « La bande dessinée aux prises avec la "machinerie éditoriale" du smartphone », *Communication & Langages*, n° 167, p. 87-105.
- BONNIN Philippe (1989), « Imaginations intérieures : la photographie comme méthode », *Information sur les sciences sociales*, vol. 1, n° 28, p. 161-214.
- BOUCHARDON Serge (2008), « Le récit littéraire interactif : une esthétique de la matérialité », in SAEMMER Alexandra, MAZA Monique (dir.), *E-Formes : écritures visuelles sur supports numériques*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, p. 135-144.
- BOUCHARDON Serge (2009), *Littérature numérique. Le récit interactif*, Paris, Hermès Lavoisier.
- BOULLIER Dominique (2002), « Objets communicants, avez-vous donc une âme ? », *Les Cahiers du numérique*, vol. 3, n°4, p. 45-60.

BOURGADIER Hermine (2009), *Photographies* textes de Michel Poivert, Paris, Filigranes Editions.

BOUTAUD Jean-Jacques (2007), « Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible », *Semen*, n°23, <http://semen.revues.org/5011>, consulté le 10 août 2012.

BOUTAUD Jean-Jacques, DUFOUR Stéphane (2011), « L'indicible et l'indiciel : empreinte gustative et trace figurative », in GALINON-MENELEC Bénédicte (dir.), *L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*, Paris, CNRS, p.151-170.

BUTOR Michel (1980), *Les Mots dans la peinture*, Paris, Flammarion.

CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuël (2012), « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures », in DAVALLON Jean, *Economies des écritures sur le web*, Paris, Hermès Lavoisier.

CASEMAJOR-LOUSTAU Nathalie (2011), « La contribution triviale des amateurs sur le Web : quelle efficacité documentaire ? », *Études de communication*, n°36, <http://edc.revues.org/index2532.html>, consulté le 13 avril 2012.

CATOIR Marie-Julie, LANCIEN Thierry (2012), « Multiplication des écrans et relation aux images : de l'écran d'ordinateur à celui du téléphone portable », *MEI* n°34, p.53-65.

CAZES Hélène (2009), « Lorem ipsum toi-même : clichés illisibles et arrêts poétiques », in GRUTMAN Rainier, MILAT Christian, (dir.), *Lecture, Rêve, Hypertexte, Liber amicorum Christian Vandendorpe*, Ottawa, Ed. David, 2009, p 199-223.

CERTEAU Michel (de) (1990), *L'invention du quotidien. Arts de faire*, Paris, Gallimard.

CHANTRAINE Olivier (1996), « La pub et la publicité des espaces de circulation urbaine », *Études de communication*, n° 18, p. 113-130.

CHARTIER Anne-Marie, HEBRARD Jean (2000), *Discours sur la lecture, 1880-2000*, Paris, Fayard-BPI.

CHARTIER Roger (1993), « Du livre au lire », in Chartier, Roger (dir.), *Pratiques de la lecture*, Paris, Payot, p. 79-113.

CHARTIER Roger (1995), *Histoires de la lecture. Un bilan des recherches*, Paris, IMEC éditions / Maison des Sciences de l'homme.

CHAUVAUD Frédéric (2010), « L'image grinçante : l'irruption des caricatures de la médecine légale à la Belle Epoque », in GOETSCHER Pascale, JOST François, TSIKOUNAS Myriam, (dir.), *Lire, voir, entendre : la réception des objets médiatiques*, Paris, Publications de la Sorbonne, p. 41-54.

CHRISTIN Anne-Marie (2009a), *L'Image écrite ou la déraison graphique*, Flammarion, coll. "Champs-arts" (nouvelle édition augmentée).

CHRISTIN Anne-Marie (2009b), *Poétique du blanc*, Paris, Vrin.

COIT MURPHY Priscilla (2004), « Books Are Dead, Long Live Books », in THORBURN David, JENKINS Henry (dir.), *Rethinking Media Change*, Cambridge/London, MIT, p. 81-93.

COLOMBO Fausto (dir.), (2010), *Tracce : atlante warburghiano della televisione*, con fotografie di Jacopo Benassi, Milano, Cologno Monzese, Link.

COTTE Dominique (2011), *Emergences et transformations des formes médiatiques*, Paris, Hermès Lavoisier.

COURBIERES Caroline, REGIMBEAU Gérard (2006), « Entrées pour le document : praxis, matières et formes sociales », *Sciences de la société*, n°68, p.3-9.

COURBIERES Caroline (2008), « La question documentaire à l'épreuve du numérique : le recours aux fondamentaux », *Sciences de la Société*, n°75, p.40-51.

CUBAUD Pierre (2011), « Feuilletter, flâner : interaction fluide pour les bibliothèques numérisées », in Collectif, *Lire à l'écran*, Paris, B42, p. 29-65.

DAUPHIN Cécile, POUBLAN Danièle (2008), « En marge de la culture écrite, au cœur de l'imaginaire. Les épistoliers dans les gravures du XIXe siècle », *Romantisme*, vol. 1, n° 139, p. 113-131.

DAVID Bruno (2002), « La photographie de presse dans les cadres du chercheur », *Études de communication*, n°25, p. 71-86.

DEMIAUX Robert (2010), *Le Programme et la Main*, Paris, Editions du Sextant.

DESILE Patrick (2000), *Généalogie de la lumière*, Paris, L'Harmattan.

DESPRES-LONNET Marie (2005), « La flèche à l'écran : index, indice et outil de la pratique », in TIMIMI Ismaïl, KOVACS Susan (dir.), *Indice, index, indexation*, Lille, ADBS Editions, p. 131-140.

DESPRES-LONNET Marie (2009), « L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition : Les parcours de la base Joconde », *Culture & Musées*. n°14, p. 19-38.

DETIENNE Marcel et al. (dir.), (2010), *Les Savoirs de l'écriture en Grèce ancienne*, Villeneuve d'Asq, Presses universitaires du Septentrion.

DIDI-HUBERMAN Georges (2011a), *Atlas ou le gai savoir inquiet. L'œil de l'Histoire*, 3, Paris, Minuit, coll. "Paradoxe".

DIDI-HUBERMAN Georges (2011b), « La condition des images », In, Lambert Frédéric (coord.) *L'expérience des images*, Paris INA, p.93.

DONDERO Maria-Giulia (2009), *Le sacré dans l'image photographique*, Paris, Hermès-Lavoisier.

DOUEIHI Milad (2008), *La grande conversion numérique* Paris, Seuil.

DOUEIHI Milad (2009), « Le livre à l'heure du numérique : objet fétiche, objet de résistance », in Dacos Marin (dir.), *Read/write Book*, Marseille, Cléo, p. 109-120.

- DROUIN-HANS Anne-Marie (dir.) (1995), *Le corps et ses discours*, l'Harmattan.
- DUCARD Dominique (2004), « De mémoire d'hypertexte », in ROELENS Nathalie, JEANNERET Yves (dir.), *L'imaginaire de l'écran / Screen Imagery*, Amsterdam et New-York, Rodopi, p. 81-91.
- DUCHET Chantal (2010), « « La publicité, une histoire d'appropriation », in GOETSCHEL Pascale, JOST François, TSIKOUNAS Myriam, (dir.), *Lire, voir, entendre : la réception des objets médiatiques*, Paris, Publications de la Sorbonne, p. 87-94.
- DULA Daiana (2012), « Mimésis de l'écran. Quand le contenu devient sa propre représentation. », *MEI*, n°34.
- EDE François, GOUDET Stéphane (2002), *PlayTime*, Paris, Editions des Cahiers du Cinéma, p.124-126.
- ESCANDE-GAUQUIE Pauline (2009), « Quand la bande dessinée devient dessin animé : « Persépolis » », *Hermès*, n°54, p. 99-104.
- FABRE Daniel (1986), « L'ethnologue et ses sources », *Terrain*, n° 7, p. 3-13.
- FARGE Arlette (1997), « « Y a-t-il un espace public populaire ? » - Entretien avec Eustache Kouvelakis », *Futur Antérieur* n°39-40, <http://multitudes.samizdat.net/Y-a-t-il-un-espace-public>, consulté le 4 juillet 2012.
- FARGE Arlette (2000), *La chambre à deux lits et le cordonnier de Tel-Aviv*, Paris, Seuil.
- FARGE Arlette (2010), « La photo est interminable », in GOETSCHEL Pascale, JOST François, TSIKOUNAS Myriam, (dir.), *Lire, voir, entendre : la réception des objets médiatiques*, Paris, Publications de la Sorbonne, p. 183-184.
- FELDERER Brigitte (2003), « Une histoire des visions techniques depuis le XVIIIe siècle Machines-désirs et invention du monde », *Alliage*, n° 50-51, p. 137-151.
- FLEISCHER Alain (2009), *L'empreinte et le tremblement - Faire le noir*, Paris, Galaade édition.
- FLOCH Jean-Marie, (1992), *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*, Paris, Presses Universitaires de France.
- FONTANILLE Jacques (1995), *Sémiotique du visible. Des mondes de lumière*, Paris, PUF.
- FONTANILLE Jacques (2004a), *Affichages : de la sémiotique des objets à la sémiotique des situations*, *Nouveaux Actes Sémiotiques*, <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1487>, consulté le 07 mai 2012.
- FONTANILLE Jacques (2004b), *Soma & Séma. Figures du corps*, Paris, Maisonneuve & Larose.
- FONTANILLE Jacques (2005), « Du support matériel au support formel », in KLOCK-FONTANILLE Isabelle (dir.), *L'écriture entre support et surface*, Paris, L'Harmattan, p. 183-200.

- FOURMENTRAUX Jean-Paul (2008), « Images mises au net », *Etudes photographiques*, n°22, p. 140-153.
- FRAU-MEIGS Divina (1996), « L'écran: statut socio-sémiotique d'un support-surface », *Ecrit, Image, Oral et Nouvelles Technologies*, Université Paris 7-Tekhnê, p. 17-38.
- FRAU-MEIGS Divina (2011), *Penser la société de l'écran*, Paris, Presses de la Sorbonne.
- FRESNAULT-DERUELLE Pierre (1999), « L'image et la page », in ZALI Anne (dir.), *L'aventure des écritures : la page*, Paris, BNF, p. 139-147.
- FRESNAULT-DERUELLE Pierre (2007), « Le tout premier cinéma à l'affiche, ou comment parler des images mobiles (et parfois sonorisées) avec des images fixes (et aphones) », *Visible*, n°3, p. 57-69.
- FRESNAULT-DERUELLE Pierre (2011), *L'intelligence des affiches*, Paris, Pyramyd.
- GAILLARD Isabelle (2012), *La télévision. Histoire d'un objet de consommation. 1945-1985*, Paris, Ina Editions / Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques (CTHS).
- GARDIES Cécile, FRAYSSE Patrick, COURBIERES Caroline (2007), « Distance et immédiateté : incidences du document numérique sur le traitement de l'information », *Études de communication*, n°30, <http://edc.revues.org/index478.html>, consulté le 28 mars 2012.
- GARRET Stewart (2006), *The Look of Reading*, Chicago, University Of Chicago Press.
- GARRIGUES Emmanuel (2000), *L'écriture photographique, Essai de sociologie visuelle*. Paris, L'Harmattan.
- GERVAIS Thierry (2007), *L'illustration photographique. Naissance du spectacle de l'information, 1843-1914*, Thèse de doctorat, EHESS.
- GERVAIS Alexandre, Saemmer Alexandra (coord.) (2011), *Protée*, vol. 39, n°1, 127 p.
- GERVAIS Bertrand, GUILLET Anaïs (2011), « Esthétique et fiction du flux. Éléments de description », *Protée*, vol. 39, n° 1, p. 89-100.
- GERVEREAU Laurent (2001), « Le musée, source ou moteur de recherche ? », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. 4, n° 72, p. 125-131.
- GERVEREAU Laurent (2003), *Histoire du visuel au XXe siècle*, Paris, Seuil.
- GIRARDI Bertrand (2006), « Le « lumineux » et l'identité du cinéma de Kubrick », *Médiamorphoses*, n°16, p. 48-54.
- GLEIZE Joëlle (1992), *Le Double Miroir. Le Livre dans les Livres de Stendhal à Proust*, Hachette supérieur.
- GOULEMOT Jean-Marie, « De la lecture comme production de sens », in Chartier Roger (dir.), *Pratiques de la lecture*, Paris, Payot et Rivages, 1993, p. 115-127.
- GRIVEL Charles (1987), « La couverture d'images », *Mana* 7, p. 127-179

- GROENSTEEN Thierry (1999), *Système de la bande dessinée*, Paris, PUF.
- GUNNING Tom (2003), « Fantasmagorie et fabrication de l'illusion : pour une culture optique du dispositif cinématographique », *Cinemas : revue d'études cinématographiques / Cinemas: Journal of Film Studies*, vol. 14, n° 1, p. 67-89.
- HAMON Philippe (2001), *Imageries, littérature et image au XIXe siècle*, Paris, Éditions José Corti, 315 p.
- HAMON Philippe (2008), « La littérature, un « magasin d'images » », *Sociétés & représentations*, vol. 1, n°25, p. 219-232.
- HARPER Douglas (2000), « The image in sociology : histories and issues », *Journal des anthropologues*, n°80-81, <http://jda.revu.org/3182>, consulté le 10 avril 2012.
- HEYWOOD Ian et al., (2011), *The handbook of visual culture*, London, Berg.
- HIRANO Dai (2006), « Gestes de modistes et stratégies filmiques », in COMOLLI Annie, FRANCE (de) Claudine (dir.) *Corps filmé, corps filmant*, Nanterre, Université Paris X- FRC, p. 71-83.
- HOGGART Richard (1970), *La Culture du pauvre*, [1953], Paris, Editions de Minuit.
- ILLICH Ivan (1991), *Du visible au lisible*, Editions du Cerf.
- JACOB, Christian, (2003), *Des Alexandries II : Les métamorphoses du lecteur*, Paris, Bibliothèque nationale de France.
- JACOBI Daniel, CLOUTEAU Ivan (2011), « Lire l'art contemporain : à propos du travail de Joseph Kosuth », *Culture & Musées*, n°17, p. 107-129.
- JEANNERET Yves (2004), « Economies de l'écran : discours, pratiques et imaginaires entre visible et invisible », in ROELENTH Nathalie, JEANNERET Yves (dir.), *L'imaginaire de l'écran / Screen Imagery*, Amsterdam et New-York, Rodopi, p. 141-162.
- JEANNERET Yves (2008), *Penser la trivialité, La vie triviale des être culturels*, Paris, Hermès Lavoisier.
- JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël (2009), « Prédilection sémiotique », in ABLALI Driss, DUCARD Dominique (dir.), *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques* Paris : Honoré Champion / Besançon : Presses universitaires de Franche Comté, p. 240-241,
- JEANNERET Yves, (2011), « De l'idéogramme au multimédia », in CHRISTIN Anne-Marie (dir.), *Histoire de l'écriture*.
- JOYEUX-PRUNEL Béatrice (2008), « L'histoire de l'art et le quantitatif », *Histoire & mesure* XXIII, n°2, <http://histoiremesure.revues.org/3543>, consulté le 02 avril 2012.
- JUANALS Brigitte (2005), « Le livre et le numérique : la tentation de la métaphore », in *Communication & Langages*, n°145, p. 81-93.

- McKENZIE D.F. (1991), *La bibliographie et la sociologie des textes*, Paris, Editions du Cercle de la Librairie.
- KATZ Stéphanie (2004), *L'écran, de l'icône au virtuel*, Paris, L'Harmattan.
- KESSLER Isabelle, JEANNERET Yves (1995), « Désigner le savoir : emblématique gestuelle de l'activité scientifique dans l'illustration de vulgarisation », in DROUIN-HANS Anne-Marie (dir.), *Le Corps et ses discours*, Paris, L'Harmattan, p. 53-73.
- LABELLE Sarah (2008), « Le spectacle « La Cathédrale, de Monet aux pixels » : réécriture monumentale d'un espace public », *Études de communication*, n°31, p. 59-76.
- LAMBERT Frédéric (1986), « Télégramme. De l'emprunt à la citation », *Les Cahiers de la photographie*, n° 19, p. 5-13.
- LAMBERT Frédéric (1999), « L'entreprise du cadre : support-export », *Champs-visuels*, n°12-13, p. 64-65.
- LAMBERT Frédéric, (coord.), (2011), *L'expérience des images*, Bry-sur-Marne, INA.
- LANCIEN Thierry (2012), « Préambule », *MEI*, n°34, p. 7-11.
- LAVOIE Vincent (1998), « Le dernier tabloïd », *Études photographiques*, n°4, <http://etudesphotographiques.revues.org/index160.html>, consulté le 24 août 2010.
- LAVOIE Vincent (2001), *L'instant-monument. Du fait divers à l'humanitaire*, Paris, Dazibao.
- LATOUR Bruno, (1996), *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, Paris, Éditions Synthélabo.
- LECONTE Bernard (2004), *L'écran dans l'écran et autres rectangles scopiques*, Paris, Budapest ; Torino, l'Harmattan.
- LELEU-MERVIEL Sylvie (2004), « Effets de la numérisation et de la mise en réseau sur le concept de document », *Revue Information – Interaction – Intelligence*, vol. 4, n° 1, p. 121-140.
- LUGON Olivier (2001), *Le style documentaire*, Paris, Macula.
- LUGON Olivier (2007), « La photographie des typographes », *Études photographiques*, n°20, p. 100-119.
- LYONS Martyn (2001), « Les nouveaux lecteurs du XIXème siècle : femmes, enfants, ouvriers », in CAVALLO Guilhemo, CHARTIER Roger, *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris, Seuil, p. 393-430
- LYONS Martyn (2008), *Reading Culture and Writing Practices in Nineteenth-Century France*, Toronto, University of Toronto Press.
- MANGUEL Alberto (2000) *Dans la forêt du miroir. Essais sur les choses et sur le monde*, Arles, Actes Sud.
- MANOVICH Lev (2010), *Le langage des nouveaux médias*, Paris, Les Presses du réel.

MARC Delphine, COUEGNAS Nicolas (2007), « L'iPod : entre prothèse et interface. Essai de définition sémiotique du mode d'existence d'un nouvel objet technique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2007-meotic/MarcCouegnas/index.html](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2007-meotic/MarcCouegnas/index.html), consulté le 1<sup>er</sup> juillet 2012.

MARESCA Sylvain, JEHEL Pierre-Jérôme (coord.), (2000), « Questions d'optiques. Aperçus sur les relations entre la photographie et les sciences sociales », *Journal des anthropologues*, n°80-81.

MARESCA Sylvain (2000), « Introduction », *Journal des anthropologues*, n°80-81, <http://jda.revues.org/3124>, consulté le 10 avril 2012.

MARIN Louis (1993), « Lire un tableau. Une lettre de Poussin en 1639 », in CHARTIER Roger (dir.), *Pratiques de la lecture*, Paris, Payot.

MARIN Louis (1994), *De la représentation*, Paris, Seuil/Gallimard.

MARTIN Marc (2004), « De l'affiche à l'affichage (1860-1980). Sur une spécificité de la publicité française », *Le Temps des médias* n°2, p. 59-74.

MARTIN-JUCHAT Fabienne (2008), *Le corps et les médias : la chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*, Bruxelles, De Boeck.

MAURIZIA Natali (1996), *L'Image-paysage. Iconologie au cinéma*, Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes.

MAZA Monique (2008), « Ecritures visuelles et scripturalité des œuvres électroniques », in SAEMMER Alexandra, MAZA Monique (dir.), *E-Formes [Texte imprimé] : écritures visuelles sur supports numériques*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, p. 9-16.

MERZEAU Louise (1999), « Du monument au document », *Cahiers de médiologie*, n°7, p. 47-57.

MERZEAU Louise (2009), « Du signe à la trace, l'information sur mesure », *Hermès*, n°53, p. 23-29.

METZ Christian (1991), *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*, Paris, Méridiens Klincksieck.

MIRZOEFF Nicholas (2011), *The right to look : a counterhistory of visibility*, Durham, Duke university press.

MONDZAIN Marie-José, « Une histoire matérielle du regard », in *Eric Rondepierre*, Paris, Editions Léo Scheer, p. 167-173.

MONS Alain (1993), « L'affiche et la ville, les métamorphoses entrelacées », in *Dans la ville, l'affiche*, revue EIDOS, n°4.

MONTANARI Federico (2005), « Un objet « néo-magique » : le cas des téléphones portables », in FONTANILLE Jacques, ZINNA Alessandro (dir.), *Les objets au quotidien*, Limoges, Pulim, p. 111-130.

- NIES Fritz (1995), *Imagerie de la lecture : exploration d'un patrimoine millénaire de l'Occident*, Paris, Presses universitaires de France.
- OLIVEIRA Ana (de), ALVES Claudia (1996), *La vitrine : de la vision au sens*, Limoges, Nouveaux actes sémiotiques, Pulim.
- OLSON David R. (2010), *L'univers de l'écrit. Comment la culture écrite donne forme à la pensée*, Paris, Retz.
- PASTOUREAU Michel, « La symbolique médiévale du livre », in DUPUIGRENET-DESROUSSILLES François (dir.), *La symbolique du livre dans l'art occidental, du haut Moyen âge à Rembrandt*, Bordeaux, Société des bibliophiles de Guyenne ; Paris, Institut d'étude du livre, p.
- PENINOU Georges (1972), *Intelligence de la publicité*, Paris, Robert Laffont.
- PEREC Georges (2003), *Penser/classer*, Paris, Le Seuil.
- PERONI Michel, 1996, « Quelle validité documentaire pour le matériau *photographique* ? Le cas de la *photographie du travail* », in PERONI Michel, ROUX Jacques (dir.), *Le travail photographié*, Paris, CNRS éditions, p. 195-225.
- PETIT Nicolas (1997), *L'éphémère, l'occasionnel et le non-livre*, Paris, Klincksieck.
- PHAY-VAKALIS Soko, (2008), *Miroir, appareils et autres dispositifs*, Paris, l'Harmattan.
- PLAS Marc (2009), « Espèce d'espaces : espace filmique, chambres de vision », in VANCHERI Luc (dir.), *Images contemporaines : arts, formes, dispositifs*, Lyon, Aléas cinéma, p. 55-72.
- POIVERT Michel (2009), « La conjuration de l'ennui », in Bourgadier Hermine, Poivert Michel, *Photographies*, Paris Filigranes (Editions), p. 8.
- POULAIN Martine (2000), « Scènes de lecture dans la peinture, la photo et l'affiche », dans CHARTIER Anne-Marie, HEBRARD Jean, *Discours sur la lecture (1880-1980)*, Paris, Bibliothèque publique d'information, p. 428-560.
- QUINTON Philippe (2002), « Le corps du design : mutations de la médiation du corps dans le procès de l'image », in CAUNE Jean, DUFRENE Bernadette (dir.), *Médiations du corps*, Grenoble, Université Grenoble 3, p 125-146.
- RASTIER François (2004), « Deniers et Veau d'or : des fétiches à l'idole », *Texto !*, [http://www.revue-texto.net/Inedits/Rastier/Rastier\\_Deniers.html](http://www.revue-texto.net/Inedits/Rastier/Rastier_Deniers.html), consultée le 6 avril 2012.
- REGIMBEAU Gérard (2004), « Quelle iconographie pour l'histoire culturelle contemporaine ? », *Études de communication*, n°27, <http://edc.revues.org/index192.html>, consulté le 02 avril 2012.
- RENAUD Lise (2007), « Les représentations du téléphone mobile : des imaginaires aux pratiques », *Les Enjeux*, [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2007-meotic/Renaud/index.html](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2007-meotic/Renaud/index.html), consulté le 31 août 2012.

- REVAULT D'ALLONES Francis (1991), *La lumière au cinéma*, Paris, Editions des Cahiers du Cinéma.
- RIOUT Denys (2003), « L'ombre des images », In, *Eric Rondepierre*, Paris, Editions Léo Scheer, p. 39-44.
- ROELENS Nathalie (1998), *Le lecteur, ce voyeur absolu*, Amsterdam ; Atlanta (Ga.), Rodopi.
- RONDEPIERRE Eric (2003), « La revanche du spectateur », in *Eric Rondepierre*, Paris, Editions Léo Scheer, p. 175-177.
- ROSADO Eliana (2011), « Qu'est-ce que lire ? », in BELISLE Claire (dir.), *Lire dans un monde numérique*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, p. 67-110.
- ROUDAUT Jean (1996), « *Les dents de Bérénice* ». *Essai sur la représentation et l'évocation des bibliothèques*, Montolieu, Deyrolle.
- SALLES Catherine (2010), *Lire à Rome*, Paris, Editions Payot & Rivages.
- SAEMMER Alexandra, MAZA Monique (dir.) (2008), *E-Formes [Texte imprimé] : écritures visuelles sur supports numériques*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne.
- SAEMMER Alexandra (2011), « Lectures immersives du texte numérique : un paradoxe ? », in BELISLE Claire (dir.), *Lire dans un monde numérique*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, p. 255-276.
- SONET Virginie (2012), « L'écran du Smartphone dans tous ses états », *MEI*, p. 189-199.
- SOUCHIER Emmanuël (1996), « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture et informatique », *Communication & Langages*, n°107, p. 105-119.
- SOUCHIER Emmanuël (1999), « Histoires de pages et pages d'histoire », in ZALI Anne (dir.), *L'aventure des écritures : la page*, Paris, BNF, p. 149.
- SOUCHIER Emmanuël (2004), « Mémoires - outils - langages. Vers une « société du texte »? », *Communication & Langages*. n°139, p. 41-52.
- STAROBINSKI Jean (1995), « Diderot et l'art de la démonstration », *Recherches sur Diderot et sur l'Encyclopédie*, n° 18-19, p. 171-190.
- TARDY Cécile (2010a), « La photographie documentaire à l'épreuve du dess(e)in informatisé : sa mise en contexte sur les sites web de musée », *Documentation et bibliothèques*, vol. 56, n°1, p. 15-23.
- TARDY Cécile (2010b), « L'exposition photographiée sur le web : une unité sérielle d'information entre sciences, témoignage et spectacle ? », in *Actes du colloque international Édition et publication scientifiques en sciences humaines et sociales, formes et enjeux*, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, p. 241-251.
- TARDY Cécile, JEANNERET Yves, (dir.), (2007), *L'écriture des médias informatisés, espaces de pratiques*, Paris, Hermès Lavoisier.

- TARIN Laurence (1987), « En France et en Espagne, la lecture en campagne », *BBF*, n° 2, p. 134-142.
- TERRENOIRE Jean-Paul (1985), « Images et sciences sociales : l'objet et l'outil », *Revue française de sociologie*, vol. 26, n°3, p. 509-527.
- TERRENOIRE Jean-Paul (2006), « Sociologie visuelle », *Communications*, n°80, p. 121-143.
- THORBURN David, JENKINS Henry (dir.), (2004), *Rethinking media change. The aesthetics of transition*, Cambridge (Mass.), The MIT Press.
- THOREL Benjamin (2007), *Telle est la télé : l'art contemporain et la télévision*, Cercle d'art.
- URBAIN Jean-Didier (1993), « Eléments de pragmatiffiche », *Revue EIDOS*, n°4.
- VANDERDORPE Christian (2011), « Quelques questions clés que pose la lecture sur écran », in BELISLE Claire et al. (dir.), *Lire dans un monde numérique : état de l'art*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, p. 50-66.
- VERDALLE (de) Laure, ISRAËL Liora (2002), « Image(s) des sciences sociales (avant-propos) », *Terrains & travaux*, vol. 1, n°3, p. 7-13.
- VOVELLE Michel (1989), *Histoires figurales des monstres médiévaux à Wonderwoman*, Paris, Usher.
- VOVELLE Michel (2001), *La Mort et l'Occident de 1300 à nos jours*, Paris, Gallimard.

## Table des illustrations

Illustration 1. Sharon Frost, <i>La luz y la macana (The light and the stick.)</i> , 24 juin 2012, 8 1/4 x 10 in. Double-page Moleskine cahier spread, watercolor, ink, whatever on paper. ....	18
Illustration 2. « Mabou », <i>Words, Nova Scotia</i> , 1977, Photographie de Robert Franck.....	33
Illustration 3. Gaëlle Boucand, <i>Permanent loop (Natural history II)</i> , 2006-2010, surveillance monitor, table, video viewer, photography, variable dimensions, <i>Eclats</i> , CEAAC, Strasbourg, FR, 2010. ....	34
Illustration 4. Dan Graham, <i>Opposing Mirrors and Video Monitors on Time Delay</i> , installation, 1974.....	45
Illustration 5. Valie Export, <i>Facing a family</i> , 1971.....	45
Illustration 6. Olivier Culmann, <i>Watchers</i> , 2010.....	46
Illustration 7. Anna Malagrida avec <i>Telespectadores</i> , 1999, catalogue, Fondation Mapfre, 2010, p. 201.....	47
Illustration 8. Hermine Bourgadier, <i>Les Turfistes</i> , tirage numérique, 40 x 50 cm, 2003. ....	47
Illustration 9. Henri Meyer, <i>Tout le monde lit le Supplément du petit Journal, 5c. le numéro... : 1887</i> , affiche, BNF, <a href="http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9014232g">http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9014232g</a> .....	51
Illustration 10 (à gche). Jules Chéret, <i>La Lecture universelle. 12, rue Sainte-Anne. Abonnement de lecture, 200.000 volumes...</i> , affiche, 1882, BNF, <a href="http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9007687g">http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9007687g</a> .....	52
Illustration 11 (à dte). <i>Progrès en librairie. Primes gratuites à tous les acheteurs de livraisons</i> , Affiche, non identifié, 1886, BNF, <a href="http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9008847z">http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9008847z</a> .....	52
Illustration 12 (à gche). Louis-Charles Bombled, <i>Journal des voyages... Lisez Le Prince Virgule, grand roman d'aventures par Paul d'Ivoi</i> , affiche, 1900, BNF, <a href="http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9014460g">http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9014460g</a> .....	54
Illustration 13 (à dte). <i>La lanterne littéraire illustrée paraissant 2 fois par semaine</i> , affiche, non identifié, 1890, BNF, <a href="http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b90161958">http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b90161958</a> .....	54
Illustration 14. Paul Balluriau, <i>Pauvre Femme ! roman inédit par Gaston Rayssac, ill. par Balluriau</i> , affiche, 1895, BNF, <a href="http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b90120911">http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b90120911</a> .....	59
Illustration 15. Métro, Photographie, J.Bonaccorsi. 2010. ....	63
Illustration 16. Groupe People Reading, Flickr, <a href="http://www.flickr.com/groups/reading/pool/?view=md">http://www.flickr.com/groups/reading/pool/?view=md</a> , consulté le 10 octobre 2010. ....	66
Illustration 17. Extrait d'une vidéo amateur, octobre 2010. ....	66
Illustration 18. Station Saint-Germain-Des-Prés, 27 mars 2012, photographie J. Bonaccorsi.....	67
Illustration 19. Détail. ....	67
Illustration 20. Publicités par quinquennal .....	94
Illustration 21. Publicités par décennie (corpus global) .....	95
Illustration 22. Publicités par décennie (par sous-corpus) .....	95
Illustration 23. SOS Profs : service télématique minitel, 1988.....	101
Illustration 24. Philips : VG 5000 : Micro-ordinateur, 1984. ....	102

Illustration 25. Olivetti ETV 3000,1984.....	103
Illustration 26. Apple : édition/informatique/Macintosh, 1986.....	105
Illustration 27. Olivetti ETV 3000, 1984 et SOS Profs : service télématique minitel, 1988. ....	105
Illustration 28. Xerox : Xerox 6085 : micro-ordinateur, 1986. ....	106
Illustration 29. Hestia : service minitel immobilier, 1987.....	107
Illustration 30. Macintosh Malibu, 1988. ....	108
Illustration 31. Encyclopédie multimédia : Le père et le fils, 1996. ....	113
Illustration 32. Nouvelle encyclopédie Atlas, 1998. ....	113
Illustration 33. Souvenez-vous du futur, 1994. ....	114
Illustration 34. Le Monde : journal presse, 1989.....	115
Illustration 35. Macintosh internet, 1996. ....	116
Illustration 36. Internet Microsoft, 1996. ....	118
Illustration 37. Revue presse : Le minitel, 1995.....	119
Illustration 38. Que Sais-Je ? : encyclopédie format de poche 2465 titres, 1991.....	120
Illustration 39. Planète lecture : Planète : version 15", 1997. ....	121
Illustration 40. Samsung : Institutionnel, 1999 .....	123
Illustration 41. Sfr blackberry, 2008.....	124
Illustration 42. Samsung sgh 2400 : Hands, 2000.....	125
Illustration 43. Apple iphone : Dîner chez soi orange, 2009.....	126
Illustration 44. Samsung téléphone portable : Samsung jet, 2009. ....	127
Illustration 45. Le monde 2 : File d'attente, 2004.....	128
Illustration 46. Panneau d'affichage, rue du Château des Rentiers, 2012, photographie J. Bonaccorsi. ....	134
Illustration 47. Capture d'écran, Alain Fleischer, film <i>Choses lues, choses vues</i> , 2009.....	147
Illustration 48. Résultats de l'interrogation « Reading » dans Flickr, consulté le 7 mars 2012..	157
Illustration 49. 4 photographies. Groupe « People Reading ».....	158
Illustration 50. Art Spiegelman, Festival de la bande dessinée d'Angoulême, Affiche, 2012....	164
Illustration 51. Kimberly Baker, Reading the Scene, photographie, avril 2012. ....	174
Illustration 52. Pierre Schoeller, <i>L'exercice de l'état</i> , film, 2011. ....	175
Illustration 53. Pierre Schoeller, <i>L'exercice de l'état</i> , film, 2011. ....	176
Illustration 54. Pierre Schoeller, <i>L'exercice de l'état</i> , film, 2011. ....	176
Illustration 55. <i>Liseuse de Bonne Aventure</i> , photographie, 6x6 cm - négatif, noir et blanc, Bibliothèque municipale de Lyon, CC. ....	182
Illustration 56. Campagne <i>Un livre et tu vis plus fort</i> , Ministère de la Culture, 1985, spot télévisé. .....	193
Illustration 57 : Station Saint-Germain des Prés, 18 mars 2012. Photographie J. Bonaccorsi....	201
Illustration 58. Eric Rondepierre, DSL 03, 18 mai 2010, Tirage lambda sur diasec, 50 x 66 cm. .....	208
Illustration 59. Rue des Arènes, Arles, juillet 2012. Photographie de J. Bonaccorsi.....	213

## Légendes des planches (annexe)

---

### Planche 1- La surface, le regardeur et le lecteur : images exposées

1. Panneau d'affichage, rue du Château des Rentiers, 2012, photographie J. Bonaccorsi
2. Jacques Tati, *Playtime*, couleur, Specta Films, 1967.
3. Dario Argento, *L'Oiseau au plumage de cristal (L'Uccello dalle piume di cristallo)*, couleur, 1970, Italie.
4. HTC- Publicité, 2012.
5. Jacques Tati, *Playtime*, couleur, Specta Films, 1967.
6. *Mur peint. Rue de la Platière*, photographie, 2,4 x 3,6 cm - diapositive, couleur, 1998, Bibliothèque municipale de Lyon, CC.
7. Steve Rhodes, *Eric Drooker's Oct 25, 2010 New Yorker cover iPad ad on bus shelter at San Francisco City Hall*, photographie, décembre 2010, <http://www.flickr.com/photos/ari/5249021767/>, consulté le 24 août 2011.
8. Firmin Bouisset, *Chocolat Menier [fillette de face écrivant sur une vitrine]*, Affiches Camis, 1896, BNF.
9. *Publicité TFI*, 2009, Photographie publiée sur le blog <http://minterdial.fr/2009/06/>, consulté le 1<sup>er</sup> août 2012.
10. Publicité iPad/Télérama, Kiosque de presse, 2010, photographie J. Bonaccorsi.

### Planche 2 – Objets d'affichages, objets affichés

1. Publicité iPad/Rétina, Panneau, 2012, photographie J. Bonaccorsi.
2. Relais H/Plein écran, Paris, Gare de Lyon, 2011, photographie J. Bonaccorsi.
3. Publicité Samsung/Panneau, Londres Victoria Station, 2010, photographie J. Bonaccorsi.
4. Stop Pub, « Les anti-pub s'attaquent aux écrans animés du métro parisien, *Libération*, 26 novembre 2010, Photographie du Collectif Danger Ecranpub.
5. Panne d'écran, Paris, métro, 2011, photographie J. Bonaccorsi.
6. France Soir/iPad, <http://archeologue.over-blog.com/>, photographie, février 2011, consulté le 1<sup>er</sup> août 2012.
7. « Les anti-pub s'attaquent aux écrans animés du métro parisien, *Libération*, 26 novembre 2010, Photographie du Collectif Danger Ecranpub.

### Planche 3. Les destin des écrans dans l'écran : le recueil de scènes de lecture, un genre revisité

1. Groupe People Reading (Comment 1), Flickr, <http://www.flickr.com/groups/reading/pool/?view=md>, consulté le 4 avril 2012.
2. Détail, Groupe I love my Kindle, Flickr, <http://www.flickr.com/groups/ilovemykindle/>, consulté le 10 août 2012.
3. Campagne *Un livre et tu vis plus fort*, Ministère de la Culture, 1985, spot télévisé.
4. Gerhard Richter, *Lectrice - Lesende - Portrait de Sabine Moritz*, 1994, coll. San Francisco Museum of Modern Art.

5. Johey24, *Books or iPads ?*, photographie, mars 2012, <http://www.flickr.com/photos/7830239@N06/6815208364/>, consulté le le 20 mai 2012.
6. Jamie Mck2001, *A Little Night Reading*, photographie, décembre 2010, <http://www.flickr.com/photos/jamiemck/5236710732/>, consulté le 20 mai 2012.
7. The Amazing Shrinking Man, *Day 84 of 366, Where I read*, photographie, mars 2012, <http://www.flickr.com/photos/chimble/6865440190/>, consulté le 30 août 2012.
8. Gary Corbett, *Julie Kindling*, photographie, février 2012, <http://www.flickr.com/photos/bluejazzbuddha/6864431625/>, consulté le le 20 mai 2012.
9. Alain Fleischer, *Choses lues choses vues*, BNF, 23 octobre 2009 – 31 janvier 2010.
10. Site web *Choses lues choses vues*, BNF, <http://expositions.bnf.fr/lecture/videos/index.htm>, consulté le 30 janvier 2011.
11. Détail, Site web *Choses lues choses vues*, BNF.
12. André Kertész, *On Reading : Long Island University*, 1963 ; *Papers and Books Thrown Away*, 1974, photographies, © The Estate of André Kertész, Stephen Bulger Gallery.

#### Planche 4. Industrialisation du corps lisant et taxinomies gestuelles

1. Art Spiegelman, Festival de la bande dessinée d'Angoulême, Affiche, 2012.
2. Requête effectuée avec le moteur de recherche Google Images : mot-clé = « kindle », le 19 septembre 2011
3. Détail, Blackberry PlayBook, dépliant, 2012.
4. Steve Jobs said entertaining the invitees at the phone's unveiling in January of 2007, vidéo.
5. Craig Villamor et al., *The Touch Gesture Reference Guide*, 2010, en ligne.
6. Gunter Rambow, *S. Fischer Verlag*, affiche, 1970.
7. iPad/William Joyce, *The Fantastic Flying Books of Mr Morris Lessmore*, 2012, photographie J. Bonaccorsi
8. Fnac Book, *La nouvelle façon de lire*, dépliant, 2012.
9. Détail, *les Inrockuptibles*, Publicité pour Best of Musique 2011 iPad, intérieur de couverture, 2011.
10. « Art d'écrire », *Encyclopédie Diderot*, planche, (édition de 1783), Ph. Coll. Archives Larbor.

#### Planche 5. Chair, regard sueur : des corps vivants

1. Kimberly Baker, *Reading the Scene*, photographie, avril 2012, <http://www.flickr.com/photos/kimberlybaker/7054486093/>, consulté le 20 mai 2012.
2. Publicité « Bande de rats », Phylactères, affiche, 2012.
3. Seuil Point2/enfants, Paris, 2010, photographie de J. Bonaccorsi.
4. HTC Radar, presse magazine, automne 2011.
5. Skillsbelgium, campagne l'Avenir c'est deux mains, presse magazine, février 2010.
6. Roman Coppola (réal.), *Jason Schwartzman Introduces The New Yorker iPad App*, spot publicitaire, 2010.
7. HTC Flyer- Spot publicitaire, mai 2011.
8. Alain Fleischer, « Sophie Bramly lit *Thérèse philosophe* de Boyer d'Argens (sur le site internet secondsexe.com) chez elle, à Paris », *Choses lues choses vues*, BNF, 23 octobre 2009 – 31 janvier 2010,
9. René Magritte, *La lectrice soumise*, Huile sur toile 92 cm x 73 cm, 1928, coll. part.
10. Détail, Riad Satouff pour *Télérama*, 4 avril 2012.
11. Schoeller Pierre, *L'Exercice de l'état*, film, 2011.
12. Margaret Stranks, Galerie Flickr, 2011.

## Planche 6. Le texte numérique, de l'outil au fétiche : valeurs de la lecture sur écran

1. *Liseuse de Bonne Aventure*, photographie, 6x6 cm - négatif, noir et blanc, Bibliothèque municipale de Lyon, CC.
2. *Un livre minuscule*, photographie, 6x6 cm - négatif, noir et blanc, 1967, Bibliothèque municipale de Lyon, CC.
3. Marcos Quinones, *Biennale d'art contemporain de Lyon*, photographie numérique – couleur, 2001.
4. iPads, LaboBNF, photographie J. Bonaccorsi, 2011.
5. « Les nouveaux gestes de la lecture » Labo BNF, photographie de J. Bonaccorsi, 2012.
6. *Toshiba : Matériel informatique ordinateur portable*, 1990, Ina Publicité.

## Planche 7. Désirs de la page, du volume : nouvelles métaphores

1. Campagne *Un livre et tu vis plus fort*, Ministère de la Culture, 1985, spot télévisé.
2. André Kertész, *Boy Reading Newspaper*, photographie, 1944, © The Estate of André Kertész / Stephen Bulger Gallery
3. Vahram Muratyan pour M, *L'escapade*, 27 janvier 2012 ©
4. David Olsen, *RESS: An Evolution of Responsive Web Design*, Dave Olsen, @dmolsenWVU University Relations - WebRefresh Pittsburgh, May 15 2012, consulté le 1<sup>er</sup> juin 2012.
5. Ebouquin.fr, bannière de publicité Amazon, <http://www.ebouquin.fr/>, consulté le 9 septembre 2011.
6. *Fnac Book, La nouvelle façon de lire*, dépliant, 2012.
7. Gunter Rambow, *S. Fischer Verlag*, affiche, 1970.
8. Détail, iTunes Store, application iBookstore, 2012.
9. Publications, Guggenheim, <http://www.guggenheim.org/new-york/exhibitions/publications>, consulté le 20 mars 2012.
10. *Le Guide du Routard sur iPhone*, [http://www.routard.com/routard\\_iphone](http://www.routard.com/routard_iphone), consulté le 1er novembre 2010.
11. Schoeller Pierre, *L'Exercice de l'état*, film, 2011.
12. *Tiilt.fr, l'amour avec deux grands i*, Spot publicitaire, 2011.
13. Morgane Le Gall pour *Le Monde 2*, « Livre numérique, gadget ou révolution ? », 16 février 2008 ©
14. Publicité pour *Le Matin*, 1902.
15. *Le Monde*, édition spéciale élections régionales, 2004.

## Planche 8. La lumière comme matière.

1. Station Saint-Germain des Prés, 18 mars 2012. Photographie J. Bonaccorsi
2. Jesper Just, *This Nameless Spectacle*, Installation vidéo. Production MAC/VAL, musée d'art contemporain du Val-de-Marne, Vitry-sur-Seine. ANNA LENA Films
3. Stéphanie Lacombe pour *Le Monde Magazine*, Dossier « A cran face aux écrans », photographie, 26 février 2011.
4. *Rue89*, « La couverture de "Ah." sur un iPad, de Emma Reel, éd. Le Seuil », janvier 2012.
5. Publicité *Amazon Kindle vs Apple iPad*, 2010.
6. Gerard Dou, *La lecture de la Bible (La mère de Rembrandt)*, 1631, huile sur toile, 27 x 21 cm, coll. Rijksmuseum Amsterdam.
7. Morgane Le Gall pour *Le Monde Magazine* « Le livre une idée d'avenir », couverture, 15 janvier 2011.

Planche 9. Défaillances, corruptions et affections – nouvelles images du texte.

1. Eric Rondepierre, *DSL 03*, 18 mai 2010, Tirage lambda sur diasec, 50 x 66 cm.
2. *Kernel Panic*, Editions Volumique, 2010.
3. Logos : Les Sentiers numériques, Agence Vibrant Design, Vide, 2012.
4. Détail, site web Les Sentiers numériques, Agence Vibrant Design, 2012.
5. Tabaluz, Rue des Arènes, Arles, juillet 2012, photographie de J. Bonaccorsi.
6. Détail, Rue des Arènes, Arles, juillet 2012, photographie de J. Bonaccorsi.