

Les collections d'affiches publicitaires numérisées : entre construction de l'offre et appropriations

*The collections of digitized posters:
between the construction of the offer and appropriations*

*Las colecciones de carteles publicitarios digitalizados:
entre construcción de la oferta y apropiaciones*

Article inédit, mis en ligne le 26 octobre 2015.

Emmanuelle Chevry Pébayle

Maître de Conférences à l'Université de Strasbourg, Emmanuelle Chevry-Pébayle est membre du Laboratoire Interuniversitaire des Sciences de l'Éducation et de la Communication et appartient au Groupe de recherches « Document numérique & Usages ». Ses travaux de recherche portent sur la transmission des connaissances à l'ère du numérique. Elle a notamment étudié le patrimoine numérisé par les bibliothèques municipales et les moyens mis en oeuvre pour le valoriser.

Simona De Iulio

Simona De Iulio est Professeur des universités à l'Université de Lille 3. Elle est membre du Groupe d'études et de recherche interdisciplinaire en information et communication (GERiCO). Ses intérêts de recherche portent sur la publicité et les autres formes de médiation marchande dans leur relation avec les industries culturelles et la société.

Plan de l'article

Introduction

Les perspectives des institutions

Historique et objectifs de la numérisation des affiches

Critères de sélection et mise en ligne des collections numérisées

Dispositifs d'accès aux collections numérisées et prise en compte des usagers

Les perspectives des usagers

Profils divers, usages variés

Expériences, production et valorisation par les usagers

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Le propos de cet article est d'étudier le devenir numérique de l'affiche publicitaire dans une double perspective. D'une part, il s'agit de questionner la « prise » des affiches numérisées par les professionnels des bibliothèques et leur passage par le « filtre patrimonial » : sélection, encodage, stockage dans des bases de données et éditorialisation. D'autre part, l'ambition de cette étude est d'analyser la « reprise » des collections numérisées par des usagers dans un cadre professionnel ou amateur : recherche, consultation, visionnage, enregistrement, re-contextualisation, remise en circulation.

Mots clés

Affiches publicitaires, bibliothèques numériques, usages, pratiques informationnelles.

Abstract

The aim of this article is to study the future of the collections of advertising posters in the digital age. Its perspective is twofold. Firstly, it investigates how librarians deal with advertising posters collections and conduct their transition through the "heritage filter": selection, encoding, storage in databases and editorial content. Secondly, the ambition of this contribution is to analyze how digitized collections are reused in a professional or amateur context: consultation, viewing, recording, re-contextualization, re-circulation.

Keywords

Advertising posters, digital libraries, uses, information practices.

Resumen

El propósito de este artículo es estudiar el porvenir numérico del cartel publicitario con una doble perspectiva. Por un lado, se trata de cuestionar la "adopción" de carteles digitalizados por parte de los profesionales de las bibliotecas y su paso por el "filtro patrimonial": selección, codificación, almacenamiento en bases de datos y creación de contenido editorial. Por otra parte, la ambición de este estudio es analizar la "recuperación" de las colecciones digitalizadas por los usuarios en un marco profesional o aficionado: búsqueda, consulta, visualización, grabación, re-contextualización, puesta en circulación.

Palabras clave

Carteles publicitarios, bibliotecas digitales, usos, prácticas de información

Introduction

Depuis leur création et tout au long de leur histoire, les affiches publicitaires ont connu des usages multiples. Elles ont été initialement conçues comme un dispositif marchand destiné à une vie de courte durée dans l'espace public urbain. Mais, dès la seconde moitié du XIX^e siècle, certaines d'entre elles ont survécu à la fugacité de leur fonction marchande et sont devenues des objets de décoration d'intérieur dans des espaces domestiques privés. Entre 1889 et 1905, au temps de l'affichomanie (Zmelty, 2013), nombre d'affiches illustrées ont été récupérées en tant qu'objets de collection par des amateurs et des collectionneurs, requalifiées comme objets à valeur commerciale par les marchands d'art et reproduites dans la presse spécialisée. Les affiches publicitaires ont enfin passé le « filtre patrimonial » (Saenmer et Dufrene, 2014) et acquis le statut d'objets culturels dignes d'être préservés et conservés. Suite à des dons et legs des grands collectionneurs de la fin du XIX^e et début du XX^e siècle et grâce au dépôt légal, elles sont entrées dans des bibliothèques, puis dans des archives publiques et des musées en qualité d'œuvres d'art ou comme document historique.

Avec la numérisation, les affiches se transforment en images facilement reproductibles, stockées dans des bases de données, aisément transmissibles, réutilisables. Elles commencent à être vues sous un jour nouveau et poursuivent ainsi de façon nouvelle leur processus de « trivialisation » (Jeanneret, 2008). Comme tout objet culturel, les placards publicitaires « s'enrichissent et se transforment en traversant les espaces sociaux » (ibidem, p. 14) et, comme toute forme de publicité (Berthelot-Guiet, 2013) et en vertu de leur densité sémantique (Fresnault-Deruelle, 2011), ils s'ouvrent à des multiples pérégrinations. Dans cette nouvelle étape de leur circulation, les affiches s'enrichissent de nouvelles

interprétations liées à de nouveaux usages et appropriations. Une fois numérisées et rendues disponibles dans des archives en ligne, les affiches publicitaires connaissent donc une nouvelle phase de leur « biographie sociale » (Kopitoff, 1986) et culturelle.

La littérature sur les bibliothèques numériques et la numérisation du patrimoine se développe de plus en plus, composée d'une littérature professionnelle (Claerr, 2011, 2013) et scientifique (Jacquesson, 2005 ; Papy, 2007, 2011 ; Westeel, 2009 ; Chevry, 2011, Dufrene et al., 2013). Les travaux se focalisent majoritairement sur des enjeux professionnels, techniques, juridiques, gestionnaires, de conservation et de valorisation. La médiation documentaire numérique donne lieu à des recherches inédites (Galaup, 2012 ; Boustany et al., 2014) tout comme les usages des bibliothèques électroniques en ligne (Houssem, 2003 ; Bouvier-Ajam, 2007 ; Lesquins, 2007 ; Matharan et al., 2008). Et pourtant « les comportements réels ou opinions des usagers sont rarement pris en compte et lorsqu'ils le sont c'est tardivement » (Dinet, 2009, p. 60).

Les travaux consacrés au catalogage, à la conservation et à la consultation des affiches en bibliothèque sont rares (Gandhillon, 1953 ; Bony, 1984 ; Chagny, 2005) et, à l'heure actuelle, les enjeux de la numérisation des fonds d'affiches sont encore largement inexplorés. Le propos de cet article est de contribuer à combler cette lacune et d'étudier le devenir numérique de l'affiche publicitaire dans une double perspective. D'une part, il s'agit de questionner la « prise » des affiches numérisées par les professionnels des bibliothèques et leur passage par le « filtre patrimonial » : sélection, encodage, stockage dans des bases de données et éditorialisation. D'autre part, notre ambition est d'analyser la « reprise » des affiches numérisées par des usagers dans un cadre professionnel ou amateur : recherche, consultation, visionnage, enregistrement, re-contextualisation, remise en circulation.

La problématique qui est au cœur de ce travail concerne ainsi les interactions qui se mettent en place entre les choix des professionnels des institutions patrimoniales en matière de numérisation des affiches et de construction de dispositifs d'accès aux collections numérisées et les opérations d'appropriation accomplies par les usagers. Cette contribution vise donc à examiner l'importance de la connaissance des publics dans l'élaboration de l'offre et dans la manière d'appréhender les affiches publicitaires et leur devenir numérique. Elle se propose également d'explorer les usages faits de ces dispositifs et des fonds numérisés d'affiches par différents types d'acteurs.

Les réflexions présentées dans cet article s'appuient sur les résultats d'une enquête qualitative et exploratoire qui porte sur quatre fonds d'affiches publicitaires choisis en tenant compte de la richesse et de la variété des documents numérisés ainsi que de l'intérêt qu'ils peuvent susciter auprès de publics divers :

1. Le fonds du département des Estampes et de la Photographie de la Bibliothèque nationale de France : près d'un million d'affiches dont 30 000 numérisées et disponibles dans Gallica <<http://gallica.bnf.fr>> ;
2. Le fonds de la Bibliothèque Forney : 32 000 affiches de 1880 à nos jours dont 12 059 numérisées et 3260 publiées en ligne dans le catalogue des bibliothèques municipales spécialisées de la ville de Paris <<http://bibliotheques-specialisees.paris.fr/bibliotheque-numerique/accueil.dot>> ;
3. Le fonds de la Bibliothèque municipale de Lyon : 1200 affiches numérisées et publiées dans numelyo <<http://www.bm-lyon.fr/decouvrir/collections/affiches.html>> ;
4. Le fonds du Silos, Maison du Livre et de l'Affiche de Chaumont : 48 000 affiches dont 3000 disponibles dans la base Flora <http://silos.villechaumont.fr/flora/servlet/LoginServlet?profile=anonymous4&success=jsp/system/win_main.jsp&failure=jsp/error.jsp>.

Dans cette étape exploratoire de la recherche, l'objectif n'a pas été d'évaluer les dispositifs en question, ni de tenter de faire une confrontation terme à terme des perspectives des professionnels et de celles des usagers pour chercher des équivalences ou des divergences sur des points précis. L'intention a été plutôt de comprendre les logiques qui orientent les choix des professionnels et d'explorer les pratiques d'individus qui, dans un cadre professionnel ou amateur, utilisent ces dispositifs ou qui pourraient le faire. Six entretiens semi-directifs ont été ainsi menés avec des professionnels de ces bibliothèques, responsables des fonds d'affiches et chargés de la numérisation¹. Parallèlement, le point de vue des publics, moins facile à cerner, a été étudié à partir de six entretiens semi-directifs menés auprès d'usagers actuels qui nous ont été signalés par les professionnels des bibliothèques et d'usagers potentiels que nous avons identifiés en tenant compte de l'intérêt que les collections numérisées d'affiches peut susciter dans différents cadres professionnels². En effet, nous avons fait l'hypothèse que ces fonds sont susceptibles d'intéresser divers profils d'usagers : enseignants, chercheurs et étudiants en histoire économique, histoire culturelle, histoire de l'art et du design, histoire de la publicité, sémiotique, sociologie, sciences de l'information et de la communication, commissaires d'exposition, documentalistes, collectionneurs, professionnels des industries créatives, antiquaires et marchands d'art, collectionneurs et passionnés.

Les perspectives des institutions

Historique et objectifs de la numérisation des affiches

Dans les quatre institutions qui ont fait l'objet de notre étude exploratoire, la reproduction des affiches n'est pas un phénomène nouveau car elle avait été entamée au cours des années 1980 avec la réalisation de diapositives, ektachromes et microfilms. Comme le précise la bibliothécaire responsable de la gestion du fonds d'affiches de la Bibliothèque Forney, « *Depuis au moins une quarantaine d'années, les affiches ont été photographiées parce qu'on considérait que la description bibliographique n'était pas suffisante* » [entretien n° 1]. A partir des années 2000, la reproduction analogique a été abandonnée en faveur de la numérisation. Le passage au numérique n'a pas été perçu par les professionnels comme une rupture par rapport aux choix et aux procédés de reproduction analogique : « *Toutes les affiches, enfin, toutes les affiches modernes qui le méritaient, étaient photographiées en diapo. Donc, on a continué la numérisation selon cette logique.* » [entretien n° 1].

.....

¹ Entretien n° 1 du 03/12/2014 avec la bibliothécaire responsable de la gestion du fonds d'affiches de la Bibliothèque Forney ; entretien n° 2 du 03/12/2014 avec le conservateur de la Bibliothèque Forney ; entretien n° 3 du 17/12/2014 avec le conservateur en chef chargé du service estampe moderne, affiche et imagerie au département des Estampes et de la Photographie de la Bibliothèque nationale de France ; entretien n° 4 du 17/12/2014 avec le chargé de la numérisation au département des Estampes et de la Photographie de la Bibliothèque nationale de France ; entretien n° 5 du 05/12/2014 avec le régisseur des collections de la ville de Chaumont, en charge de la numérisation des affiches ; entretien n° 6 du 08/01/2015 avec l'assistant du conservateur principal, en charge des ouvrages anciens et des affiches au département du Fonds ancien à la Bibliothèque municipale de Lyon, La Part-Dieu.

² Entretien n° 7 du 23/01/2015 avec la conservatrice du Patrimoine et directrice du Musée Déchelette de Roanne ; entretien n° 8 du 02/02/2015 avec un spécialiste d'affiches, membre de l'*International Vintage Poster Dealer Association*, expert auprès de commissaires priseurs depuis 25 ans et expert dans des ventes à Drouot ; entretien n° 9 du 20/01/2015 avec un docteur en Sciences de l'information et de la communication (SIC) et spécialiste de l'histoire de l'imagerie publicitaire ; entretien n° 10 du 26/01/2015 avec un enseignant-chercheur en histoire du design ; entretien n° 11 du 26/01/2015 avec une doctorante en SIC ; entretien n° 12 du 28/02/2015 avec une bloggeuse.

Jusqu'à aujourd'hui, dans les quatre bibliothèques, le processus de numérisation n'a pas suivi un rythme régulier et un chemin linéaire. La BnF dispose d'un programme de numérisation annuel qui est « *indicatif* » car, comme le rappelle le chargé de la numérisation, « *les aléas, des tempos différents, des demandes urgentes peuvent le modifier* » [entretien n° 4]. La production d'images numérisées s'accompagne notamment d'autres opérations - la restauration, l'entoilage et le catalogage - qui imposent des temporalités diverses : « *Numériser quatre cents images, cela prend une journée, restaurer quatre cents images cela prend quatre mois, cataloguer ça fait aussi quatre mois. On a donc deux fois quatre mois de travail avant de pouvoir numériser* » [entretien n° 4]. On souligne également que la rapidité de l'opération d'encodage ne doit pas faire oublier la lenteur du catalogage : « *La numérisation n'est pas seulement un travail de prise en photo, c'est aussi un travail sur le catalogue. En même temps qu'on fait la numérisation, il faut corriger les notices, donc c'est très long* » [entretien n° 1]. À la BnF, tout comme à la Bibliothèque municipale de Lyon, le rythme et la portée du processus de numérisation sont aussi le résultat d'arbitrages budgétaires et de contraintes liées à la disponibilité des appareils techniques.

En ce qui concerne les objectifs, la numérisation des fonds d'affiches répond à plusieurs finalités selon les professionnels rencontrés. Tout d'abord, elle permet de réduire les manipulations « *peu commodes* » des originaux. Qu'elle soit analogique ou numérique, la reproduction apparaît, même, comme la seule exploitation possible des fonds d'affiches. La fragilité et la taille des feuilles et la difficulté à déplier le papier très acide des pièces non entoilées entravent le transport, le visionnage et le rangement des originaux. En réduisant les manipulations, la numérisation semble par conséquent jouer un rôle dans la conservation et la sauvegarde des affiches.

Les documents numériques sont également appréhendés par les professionnels interviewés comme des artefacts utiles pour illustrer le catalogue informatisé et fournir aux usagers des informations sur les originaux. De plus, la numérisation permet d'assurer la continuité du service public au-delà de la salle de consultation. D'après la conservatrice de la BnF, « *L'objectif [de la numérisation], c'est de mettre à disposition du public et de faciliter l'accès* » [entretien n° 3]. Si cette idée précède le numérique car les diapositives et les microfilms avaient déjà rendu possible le visionnage de *duplicata* des affiches, la conversion en données numériques multiplie, néanmoins, les possibilités d'accès sur place et à distance : « *L'innovation ce n'est pas la reproduction, c'est Internet* » [entretien n° 4].

Enfin, du point de vue des professionnels, la mise à disposition en ligne des documents numériques issus des affiches offre des avantages non seulement aux usagers, mais aussi aux responsables des collections. Selon le chargé de la numérisation des affiches à Chaumont, l'objectif est de « *mettre sur Internet pour porter à la connaissance de tous rapidement ; [Cela est utile] pour le public, les professionnels et pour nous-mêmes* » [entretien n° 5]. Les tâches des conservateurs et du personnel des bibliothèques se retrouvent de fait facilitées : « *C'est une question de temps et de disponibilité. Si on va sur Gallica, on peut avoir un affichage mosaïque avec quinze images qui peuvent surgir en une seconde. Quand on a à sortir des pièces pour l'organisation d'une exposition ou pour une consultation des originaux, [...] on voit la différence entre afficher une page et avoir à la chercher en format papier ! Pour une exposition, il faut vérifier si l'affiche est prête à l'emploi, la sortir des boîtes, chercher la pièce, la sortir, la rentrer, pour la chercher à nouveau pour l'encadrement...* » [entretien n° 3].

Critères de sélection et mise en ligne des collections numérisées

De multiples logiques ont guidé la sélection des affiches à numériser. Le discours des professionnels fait émerger un effort de rationalisation et de systématisation et, en même temps, la nécessité de répondre à des demandes et des besoins ponctuels et imprévus. À titre d'exemple, la Bibliothèque Forney a suivi en parallèle quatre orientations majeures : elle a numérisé les nouvelles acquisitions à

partir de 2007, les diapositives plus anciennes et de bonne qualité, les affiches les plus anciennes à partir de 1890 par ordre de format (d'abord les petits, puis les moyens et enfin les grands formats) et les affiches qui ont fait l'objet d'une exposition et d'un catalogue. À la BnF, les choix sont dictés par des besoins internes : « *demande pour des expositions, besoin en terme de catalogage, échange avec les collègues, projets personnels de recherche etc. On raisonne par corpus, par ensembles. Mais aussi en fonction de critères extérieurs (exigences de conservation)* » [entretien n° 4].

De plus, la mise en ligne des affiches numérisées est soumise au respect de la propriété intellectuelle et artistique à l'égard de laquelle les professionnels interviewés font preuve d'une grande prudence. Pour toutes ces institutions, lorsque l'image est sous droits, une icône indique, dans le catalogue en ligne, qu'elle a été numérisée, mais aucune image n'est publiée. Pour des raisons juridiques, seules 27% des affiches numérisées de la collection Forney sont donc diffusées en ligne. À la BnF, les affiches antérieures à 1890 sont consultables dans *Gallica extra muros*, autrement, seule une consultation en *intra-muros* est possible. Il faut noter d'ailleurs que la publication des affiches numérisées est confiée à des services informatiques et ne fait pas partie des missions des responsables des collections : « *Je n'ai pas une vision du début jusqu'à la fin [...] on est déchargé des problèmes techniques, le serveur est le serveur du service informatique de la ville de Paris* » [entretien n° 1] ; « *Après vérification, on envoie les clichés à un des services d'information des bureaux des bibliothèques. Ils versent dans le catalogue* » [entretien n° 2].

Dispositifs d'accès aux collections numérisées et prise en compte des usagers

Les institutions offrent plusieurs possibilités d'accès aux collections numérisées. Tout d'abord, les usagers peuvent interroger le catalogue général de la bibliothèque ou celui de la bibliothèque numérique. Par exemple, au cabinet des Estampes et de la Photographie, l'utilisateur peut retrouver les affiches soit par le catalogue général de la BnF, soit par le catalogue de Gallica. La politique de numérisation va de pair avec une politique d'identification et de description précise des collections dans un catalogue informatisé (Racine, 2009). Le catalogue de la bibliothèque permet en général une recherche simple ou avancée. Si le catalogue n'offre pas de recherche avancée, alors il génère beaucoup de bruit. Selon les professionnels, la recherche par le catalogue convient davantage aux usagers qui ont une attente précise de ce qu'ils recherchent : « *Quand on sait ce que l'on cherche, on trouve* » [entretien n° 6]. Les professionnels sont d'ailleurs conscients des difficultés que les usagers peuvent rencontrer dans la consultation du catalogue, s'ils ne connaissent pas les descripteurs utilisés pour indexer les affiches, notamment le langage d'indexation RAMEAU (Répertoire d'Autorité-Matière Encyclopédique et Alphabétique Unifié) et le thésaurus Garnier.

Le choix de parcours thématiques constitue une entrée supplémentaire aux collections, solution qui permet de pallier les difficultés de la recherche par catalogue. La bibliothèque de Chaumont propose, par exemple, le thème « Affiches anciennes », la Bibliothèque Forney affine son parcours en offrant un accès divisé en vingt-quatre thèmes et numelyo permet un tri par genre d'affiches.

Enfin, une autre façon de parvenir à la collection est de passer par Gallica qui moissonne différentes collections numérisées provenant de bibliothèques partenaires, grâce au protocole OAI. C'est le cas, actuellement, des collections de Forney et de Chaumont. Le responsable des affiches explique que lorsqu'un usager les contacte, c'est justement parce qu'il a découvert la collection depuis Gallica.

A partir des différents accès possibles aux collections d'affiches, comment les professionnels ont-ils pris en compte les besoins et les attentes des usagers dans l'offre qu'ils proposent ? Aucune étude n'a été menée sur le public intéressé par les affiches. Tous les responsables des fonds interrogés ne connaissent leurs usagers que lorsque ces derniers entrent en contact avec eux. « *On a quelquefois des questions qui nous sont adressées, ce qui montre que le catalogue est consulté parfois.* »

[entretien n° 1]. La fréquentation des collections à distance éloigne les usagers des responsables des fonds car ils peuvent mener leurs recherches en toute autonomie, sans l'aide des professionnels de l'information. Il semble bien loin le temps où les bibliothécaires avaient une vision précise de leur public et de leurs besoins parce que ce dernier fréquentait physiquement l'institution culturelle ! L'absence d'intermédiaire a d'ailleurs été mentionnée comme une attente de la part d'un usager interrogé « *Pouvoir mener des recherches en autonomie, sans devoir systématiquement en référer au personnel scientifique des collections* ».

Les professionnels des bibliothèques s'intéressent à un public « *protéiforme* » et à un public « *scolaire* ». Si les usagers envisagés sont « *le grand public, les professionnels* » [entretien n° 6], les profils considérés comme les plus représentatifs des publics actuels sont ceux des étudiants, des enseignants-chercheurs ayant des requêtes précises, des conservateurs qui recherchent des objets pour réaliser une exposition et des curieux qui s'intéressent ponctuellement aux affiches. La Bibliothèque municipale de Lyon rajoute à cette liste des collectionneurs d'affiches de la première guerre mondiale.

Deux représentations différentes existent parmi les responsables des collections d'affiches vis-à-vis de l'expression des besoins des usagers. Dans un premier cas, certains responsables des fonds considèrent que la numérisation s'est faite de façon naturelle en continuité avec les tâches inhérentes au gestionnaire de l'information. « *La numérisation n'est pas une fin, ce n'est qu'un outil de mise à disposition* » [entretien n° 3]. Selon eux, la prise en compte de l'utilisateur ne consiste pas en une action ponctuelle au moment de la numérisation, mais elle se fait tout au long de la chaîne du traitement documentaire (production, acquisition, description du document, représentation du contenu, consultation et recherche et édition). Ainsi, certains professionnels considèrent qu'ils prennent en compte les besoins de l'utilisateur puisque toutes les tâches liées au traitement documentaire visent déjà à répondre à ces besoins. A la question « *Prenez-vous en compte les besoins des usagers ?* », ils répondent « *Oui évidemment lorsque l'on enrichit, conserve, range, catalogue, reproduit et valorise les fonds. Oui évidemment, c'est notre préoccupation puisque service public.* » [entretien n° 3]. Dans le second cas, les responsables des collections répondent qu'ils n'ont pas été consultés sur la prise en compte des usagers. Ils envisagent donc, comme possible, le fait d'interroger les usagers sur leurs besoins et leurs attentes.

Les perspectives des usagers

Profils divers, usages variés

Bien que les usagers des dispositifs d'accès aux collections numérisées d'affiches publicitaires semblent être peu nombreux, les entretiens menés laissent percevoir une certaine variété des pratiques d'usages ainsi qu'une hétérogénéité des modalités de reprise des images numérisées dans des cadres professionnels et amateurs.

Au sein de démarches pédagogiques, les dispositifs d'accès aux collections numérisées d'affiches sont mobilisés afin de sélectionner, d'enregistrer et ensuite de réutiliser les images pour des enseignements, notamment en histoire de l'art, du graphisme et de la publicité. Dans ces domaines, les collections numérisées d'affiches sont appréhendées comme des ressources précieuses à des fins didactiques, par exemple pour la préparation de cours et la constitution de corpus mis à la disposition des étudiants : « *Gallica a une place très importante dans mes enseignements en histoire de la publicité : j'ai montré des affiches très bien conservées avec une bonne qualité, très fidèles. Beaucoup d'étudiants sont très intéressés, cela stimule les connaissances dans la publicité et permet de se constituer une culture visuelle* » [entretien n° 9].

Les dispositifs d'accès aux collections numérisées s'insèrent également dans des pratiques de chercheurs en sciences humaines et sociales qui reconnaissent aux affiches un statut documentaire, les relient aux courants artistiques contemporains, s'intéressent à leur iconographie et à leurs qualités esthétiques et formelles. Dans le travail de constitution de corpus d'images publicitaires, les chercheurs essayent de mettre en lien des documents, de circonscrire des ensembles, d'établir des confrontations. Ces opérations semblent être facilitées par les dispositifs d'accès aux collections numérisées qui aident à repérer rapidement les pièces recherchées. Comme l'explique une doctorante : « *Le fait que les collections soient numérisées a une incidence sur la recherche et la problématisation. Je n'aurais pas travaillé sur un corpus diachronique, si je n'avais pas eu accès aussi facilement aux affiches numérisées et si j'avais dû me déplacer dans toutes les bibliothèques de France* » [entretien n° 11]. Grâce à ces dispositifs, de nouveaux parcours interprétatifs peuvent se construire : « *La consultation des bases en ligne permet de relier l'affiche à d'autres affiches, de rendre immédiatement visibles les relations qui existent entre elles, d'actionner des connexions* » [entretien n° 10].

La consultation des collections numérisées dans le cadre de prêts accordés pour des expositions s'accompagne aussi d'un travail de tri, extraction et constitution de nouvelles unités. Les commissaires d'exposition ont recours aux dispositifs d'accès aux collections numérisées soit pour repérer une pièce déjà connue, soit pour explorer le fonds afin de découvrir des affiches susceptibles d'être exposées. Il s'agit d'opérations préalables au visionnage des originaux car, comme le remarque un des usagers interviewés, « *l'image numérique ne peut pas remplacer la consultation du document original puisqu'elle ne permet pas de vérifier l'état matériel de l'original, d'apprécier les couleurs, les tonalités, la luminosité, les caractéristiques de l'encre, la qualité du papier, la technique d'impression... Il est aussi important de se rendre compte de la taille de l'affiche car ce qu'on peut visionner à l'écran ce sont des "miniatures" qui ont toutes la même dimension* » [entretien n° 10].

La consultation des collections numérisées peut être également faite à des fins commerciales. Elle aide notamment les antiquaires et les marchands d'art à dater et identifier l'auteur ou l'imprimeur d'une affiche afin d'en établir la valeur marchande : « *Mon attente, c'est d'avoir la taille, l'imprimeur et si possible l'année. Parce que souvent les affiches ne sont pas datées et avoir l'année permet de mieux les situer dans l'histoire. Parfois les artistes ne sont pas marqués, on n'est jamais sûr.* » [entretien n° 8].

Ces dispositifs se prêtent également à des usages professionnels par des graphistes et des spécialistes de la publicité et de la communication qui peuvent trouver dans les fonds numérisés d'affiches des ressources utiles pour leurs pratiques de création ou de planning stratégique. Les dispositifs d'accès aux collections numérisées d'affiches font enfin l'objet d'usages amateurs par des collectionneurs, des passionnés ou des curieux qui explorent les fonds en ligne à la recherche d'un exemplaire spécifique ou pour le plaisir de la découverte. Comme nous le verrons par la suite, ces usages professionnels et non-professionnels donnent lieu à des formes tout à fait innovantes de réutilisation et de remise en circulation des affiches numérisées jouant ainsi un rôle clé dans la diffusion, la valorisation et la médiation de ces collections.

Expériences, production et valorisation par les usagers

Un des usagers interviewés, enseignant-chercheur en histoire du design graphique, souligne la variété de sites qui pourraient disposer d'affiches numérisées : « *Bibliothèques, musées, archives publiques et archives d'entreprise, archives d'agences et archives personnelles de graphistes et imprimeurs, archives de collectionneurs, mais aussi sites de libraires, d'antiquaires, de vente aux enchères sont tous potentiellement censés avoir ce types de documents* » [entretien n° 10]. Un autre usager remarque que les problèmes posés par la dispersion des matériaux vont de pair avec la difficulté à

identifier les sites à partir desquels accéder aux catalogues numérisés : « *Oui, l'accès aux bases de données est facile... une fois que tu as trouvé le site !* » [entretien n° 9]. « *Ces bases de données sont assez secrètes. Il faut connaître précisément le titre pour pouvoir les retrouver* » [entretien n° 7].

Le besoin de comprendre le processus de numérisation pour interpréter les résultats de leurs recherches a été évoqué par une des personnes rencontrées. Elle se dit surprise du manque d'informations sur les critères de sélection des œuvres qui ont été numérisées : « *J'ai été assez étonnée car ce n'était pas évident de comprendre ce qui avait été numérisé et ce qui était consultable sur place. On ne sait pas si le fait qu'on [ne] trouve pas d'affiches pour une certaine période est dû au fait qu'elles n'existent pas ou si la numérisation n'a pas encore été effectuée* » [entretien n° 11]. Une usagère note d'ailleurs que, pour les collections physiquement présentes dans la bibliothèque, les professionnels ont le réflexe de fournir des informations concernant le moment et les étapes de leur constitution, tandis que, pour les bibliothèques numériques, ils ne le font pas.

Malgré ces difficultés, les dispositifs d'accès aux collections numérisées des bibliothèques semblent occuper une place relativement importante dans les pratiques informationnelles des usagers interviewés. À la différence des sites qui redistribuent des images publicitaires collectées ailleurs sur le Web, les catalogues des collections numérisées de bibliothèques publiques sont perçus comme légitimes et en mesure d'offrir des informations fiables. D'après une usagère : « *On trouve beaucoup d'affiches en faisant des recherches sur Google Images et en arrivant dans des blogs d'amateurs ou de chercheurs. Il m'est arrivé de trouver ainsi des affiches qui pouvaient m'intéresser, mais de ne pas arriver à avoir des données que je trouvais, en revanche, dans des notices des bibliothèques : la date, l'affichiste, les dimensions* » [entretien n° 11].

Des initiatives individuelles de médiation anticipent celles des acteurs institutionnels. Des collectionneurs, enseignants de graphisme, étudiants, blogueurs, passionnés de culture publicitaire s'emparent des collections numérisées d'affiches et participent activement à leur valorisation. Sorties des fonds des bibliothèques, exportées en dehors de leur contexte institutionnel, les affiches numérisées sont disséminées et resituées dans des cadres inédits. Les usagers sélectionnent et extraient des images de ces collections, les enregistrent à travers des téléchargements ou des captures d'écran, les documentent et les indexent en fonction de critères personnels. Ensuite, ils les remettent en circulation en ligne et hors ligne au format numérique ou non.

Notre enquête exploratoire suggère, en effet, que les affiches numérisées issues de bibliothèques en ligne sont parfois republiées en dehors des environnements numériques. Cela peut avoir lieu dans une perspective de communication - par exemple dans des dossiers de presse d'une exposition - mais aussi dans une perspective pédagogique ou de valorisation scientifique, par exemple dans des diaporamas utilisés dans le cadre de cours, colloques, séminaires et journées d'études.

D'autres initiatives de décontextualisation et recontextualisation ont lieu dans l'espace numérique d'Internet. Deux exemples nous paraissent à ce propos particulièrement significatifs de la manière dont la numérisation des affiches publicitaires et leur entrée dans des bases en ligne leur redonnent de nouvelles et nombreuses occasions d'exister. Un jeune chercheur a valorisé, à travers une page Facebook, les affiches publicitaires qu'il avait utilisées dans le cadre de ses publications sur la publicité mexicaine. Les images provenant d'une dizaine de collections d'affiches numérisées sont ainsi réunies et recombinaison afin de reconstituer un parcours thématique. « *J'ai compris qu'il n'existait pas un musée d'images publicitaires mexicaines. Alors, j'ai créé une page Facebook <https://www.facebook.com/museomexicanopublicidad> dans laquelle j'ai publié une grosse partie de mes images et j'aimerais que cela évolue vers un site web avec les images, des articles, la littérature mexicaine* » [entretien n° 9].

Autre exemple, le blog *Orion en aéroplane* publie en 2013 deux billets qui reprennent et remettent en circulation des affiches numérisées extraites de Gallica. Le premier billet intitulé « 1886-1896 : L’Affichomanie. Parcours sur Gallica autour des premiers collectionneurs d’affiches » [<http://peccadille.net/2013/07/04/affichomanie/>] propose « *un itinéraire à la découverte de cette mode (l’affichomanie), de sa naissance dans un milieu d’hurluberlus décolleurs d’affiches à sa consécration qui mènera à son déclin* ». Dans le second billet intitulé « Paris couvert d’affiches » [<http://peccadille.net/2014/01/13/paris-couvert-daffiches/>], l’auteure, passionnée par la culture visuelle, histoire des images et des estampes, présente des affiches placardées au tournant du XIX^e siècle et du XX^e siècles, accompagnées des photos d’Eugène Atget – qu’elle a repérées également dans Gallica – dans lesquelles on peut apercevoir ces mêmes affiches collées sur les murs du Paris de l’époque.

Conclusion

Au cours des nombreuses migrations et des recyclages qui les ont amenées du temps court de la rue au temps long des institutions patrimoniales, les affiches ont perdu leur fonction publicitaire. Mais c’est justement en vertu de cette valeur d’usage publicitaire initiale qui les plaçait au carrefour entre art, industrie, commerce et technique (De Iulio 2006) que les affiches ont pu accéder au rang de patrimoine et demander à être conservées et transmises aux générations futures jusqu’à se prêter aujourd’hui, à l’ère du numérique, à des exploitations et des réexploitations imprévues.

Notre enquête exploratoire fournit des repères pour saisir les enjeux de la numérisation des collections d’affiches. Pour les professionnels des bibliothèques, le processus de numérisation des fonds d’affiches semble surtout conçu pour faciliter leurs propres missions et répondre à des objectifs de de sélection et d’accessibilité. Si la reproduction numérique des pièces a été envisagée en continuité avec la reproduction analogique, selon les professionnels rencontrés, les dispositifs d’accès en ligne constituent, en revanche, une véritable innovation car ils permettent la consultation à distance, immédiate et en toute autonomie, ainsi que le développement de nouvelles formes de traitement des informations et de visualisation. Ces dispositifs semblent participer à la transformation des relations entre les professionnels des bibliothèques et les usagers, qui apparaissent de plus en plus éloignés les uns des autres : éloignement qui conduit à une connaissance réciproque limitée.

La numérisation des fonds d’affiches semble avoir été moins appréhendée par les institutions patrimoniales en termes de médiation et de participation des publics. Vis-à-vis de la surcharge informationnelle et de la variété des sites qui disposent d’images publicitaires, les bibliothèques sont considérées par les usagers interviewés comme des instances légitimement autorisées à fournir un savoir expert et fiable sur ces objets. D’après notre enquête exploratoire, les usagers apparaissent demandeurs d’informations sur les modalités de fonctionnement des bibliothèques numériques afin de mieux comprendre et d’interpréter les résultats de leurs recherches.

L’affiche numérisée est visible différemment. Elle circule de manière nouvelle, s’offre à de nouveaux points de vue, connaît de nouvelles trajectoires. Les processus de décontextualisation et de recontextualisation modifient le sens de ces artefacts, qui se révèlent instables, en transformation constante au fil de leur circulation. Notre travail exploratoire semble ainsi confirmer que, tout comme pour d’autres types d’images (Bonaccorsi, 2013), il est nécessaire de rattacher les affiches publicitaires aux pratiques qui leurs donnent statut et qualités.

Des recherches ultérieures méritent d’être réalisées pour examiner de manière plus approfondie comment, à travers des pratiques originales de réappropriation des collections (Breton et Proulx, 2002), certains usagers participent à la production et à la circulation de savoirs autour de ces artefacts.

La remise en circulation des affiches numérisées se prête à une étude des formes de productions culturelles. Les publics pourraient alors être reconsidérés en fonction de leur implication (Bollo, 2014). Cela nécessiterait de nouvelles méthodes d'observation et d'analyse (Casemajor, 2014) qui permettraient de comparer les différentes images en circulation, leurs interactions, les trajectoires de leur diffusion tout comme les textes, informations et commentaires qui les recontextualisent.

Références bibliographiques

- Assadi, Houssein et al. (2003), Usages des bibliothèques électroniques en ligne Projet BibUsages, Rapport final, Paris : Bibliothèque nationale de France, [en ligne] http://www.bnf.fr/documents/bibusages_rapport.pdf
- Berthelot-Guiet, Karine (2013), *Paroles de Pub. La vie triviale de la publicité*, Paris : Éditions Non standard.
- Breton, Philippe; Proulx, Serge (2002), *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, Paris : La Découverte, (coll. « Sciences et société »)
- Breton, Philippe et Proulx, Serge (2012), *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de communication*, Paris : La Découverte, 4^{ème} édition (coll. « Grands Repères»)
- Bollo, Alessandro (2014), "50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development" dans Francesco De Biase (dir.), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, Milano, Franco Angeli.
- Bony, Catherine (1984), *L'affiche dans les bibliothèques*. Villeurbanne : Enssib
- Bouvier-Ajam, Laurent (2007), *Europeana. Etude sur les usages et les attentes relatifs à l'interface de consultation de la future Bibliothèque numérique Européenne, Rapport final*, [en ligne] <http://www.bnf.fr/documents/ourouk.pdf>
- Bonaccorsi, Julia (2013), « Pratiquer les images en Sciences de l'information et de la communication : semiose, *eikones*, montage », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* n° 3 , [En ligne] <http://rfsic.revues.org/530>
- Boustany, Joumana, Broudoux, Evelyne et Chartron, Ghislaine (dir.) (2014), *La médiation numérique : renouvellement et diversification des pratiques. Actes du Colloque "Document numérique et société"*, Zagreb, 2013, Bruxelles : De Boeck ; Paris : ADBS.
- Casemajor, Nathalie (2014), «Matérialisme numérique et trajectoires d'objets : les artefacts numériques en circulation», *French Journal for Media Research*, 1. [en ligne] <http://frenchjournalformediaresearch.com/index.php?id=263>
- Chagny, Pierre (2005), *L'affiche: un document autre que le livre. Perspectives de conservation et de valorisation*, Mémoire d'étude DCB, Lyon : ENSSIB.
- Chevry, Emmanuelle (2011), *Stratégies numériques : numérisation et exploitation du patrimoine écrit et iconographique*, Paris : Hermès Lavoisier.
- Claerr, Thierry; Westeel, Isabelle (dir.) (2011), *Manuel de la numérisation*, Paris : Éditions du Cercle de la Librairie.
- Claerr, Thierry; Westeel, Isabelle (dir.) (2013), *Manuel de constitution de bibliothèques numériques*, Paris : Electre, (Collection Bibliothèques).

De Iulio, Simona (2006), « La messa in scena della merce nello spazio metropolitano : manifesti, vetrine e insegne luminose tra Otto e Novecento », *Comunicazioni sociali*, vol. 28, n°3, p. 254-275.

Dinet, Jérôme (2009), « Pour une conception centrée utilisateurs des bibliothèques numériques », *Communication et langages*, n° 161, p. 59-74, [en ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00534026/document>

Dufrêne, Bernadette ; Ihadjadene Madjid ; Bruckmann Denis (dir.) (2013), *Numérisation du patrimoine, Quels accès ? Quelles médiations ? Quelles cultures ?*, Paris : Hermann.

Fresnault-Deruelle, Pierre (2011), *L'intelligence des affiches*, Paris : Pyramyd.

Galaup, Xavier (dir.) (2012), *Développer la médiation documentaire numérique*, Villeurbanne: ENSSIB.

Gandhillon, René (1953), *Classement, catalogage et conservation des affiches*. Chalons sur Marne : Archives de la Marne.

Jacquesson, Alain; Rivier, Alexis (2005), *Bibliothèques et documents numériques : concepts, composantes, techniques et enjeux*. Paris : Cercle de la librairie.

Jeanneret, Yves (2008), *Penser la trivialité. La vie triviale des êtres culturels*, Paris : Hermès Lavoisier.

Kopytoff, Igor (1986), « The Cultural Biography of Things : Commoditization as Process » dans Appadurai Arjun (dir.), *The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge : Cambridge University Press, p. 64-91.

Lesquins, Noémie (2007), *Europeana : rapport de bilan sur les usages et les attentes des utilisateurs*, Bibliothèque Nationale de France, 60 p.
[En ligne] http://www.bnf.fr/documents/europeana_2007.pdf

Matharan, Judith ; Chaguiboff, Jean ; Alliot, François (2008), *Rapport d'étude sur les usages communautaires et collaboratifs, sur place et à distance, des ressources numérisées de la BnF*, Bibliothèque Nationale de France.
[En ligne] http://www.bnf.fr/documents/rapport_web_communaute.pdf

Papy, Fabrice (2007), *Usages et pratiques dans les bibliothèques numériques*, Paris: Hermès Lavoisier.

Papy, Fabrice (dir.) (2011), *Évolutions sociotechniques des bibliothèques numériques*. Paris : Hermès Lavoisier.

Racine, Bruno (2009), *Schéma numérique des bibliothèques : rapport de Bruno Racine élaboré dans le cadre du Conseil du Livre*, Paris : La Documentation française.

Saemmer, Alexandra, Dufrêne Bernadette, (dir.) (2014), « Patrimoines éphémères », *Hybrid, Revue des arts et médiations humaines*, vol. 1, n° 1, [en ligne] <http://revue-hybrid.fr/>

Westeel, Isabelle (2009), « Le patrimoine passe au numérique », *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 1, [en ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-01-0028-003>

Zmely, Nicholas-Henri (2013), *L'affiche illustrée au temps de l'affichomanie (1889-1095)*, Paris : Mare & Martin.