

Le livre d'art numérique : chronique d'une désillusion programmée. Le cas du catalogue d'exposition *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*.

Article inédit, mis en ligne le 24 juin 2024

Alexandra Saemmer

Alexandra Saemmer, professeure en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 8, co-dirige le Centre d'étude sur les médias, les techniques et l'internationalisation (CEMTI). Ses recherches portent sur la construction du sens par l'humain et par la machine : Saemmer A., Tréhondart N., Coquelin L., *Sur quoi se fondent nos interprétations? Introduction à la sémiotique sociale*, Lyon : Presses de l'Enssib, 2022. alexandra.saemmer@univ-paris8.fr

Nolwenn Tréhondart

Nolwenn Tréhondart est maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication, à l'Université de Lorraine, rattachée au Centre de recherche sur les médiations (Crem). Ses méthodes de recherche combinent des approches sémiotiques et sociologiques, et s'ancrent dans les théories critiques des industries culturelles et éducatives. Elle a co-dirigé le dossier « Livre, numérique et communication » (MEI, 2022). nolwenn.trehondart@univ-lorraine.fr

Plan de l'article

Introduction

Les catalogues d'exposition numériques : de la semiosis à la sémiotique sociale

Des productions culturelles en prise avec les stratégies industrielles d'Apple

Le catalogue d'exposition *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre* dans l'œil des publics

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Dans cet article, nous nous intéressons, à travers le cas du catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*, aux champs de tension multiples (économiques, sémiotiques, techniques...) qui dressent les contours de cet artefact culturel, au prisme des filtres interprétatifs de concepteurs et de lecteurs interrogés. Il s'agit de coupler de manière transversale et pluridisciplinaire l'étude des pratiques de conception et de réception avec l'analyse des formes et figures éditoriales. Cette analyse s'insère au sein du projet de recherche collectif « Catalogues d'exposition augmentés : zones de test », que nous avons mené entre 2015 et 2017, et qui proposait une première réflexion sur le livre d'art numérique en France, dix-huit ans après l'essor (et le déclin) des CD-Roms culturels. Nous en dressons ici le bilan rétrospectif, au vu des désillusions qui ont parsemé la courte existence de ce segment spécifique de l'édition d'art.

Mots clés

Édition numérique, livre d'art, musée, sémiotique sociale, industries culturelles.

THE DIGITAL ART BOOK: CHRONICLE OF A PROGRAMMED DISILLUSIONMENT. THE CASE OF THE EXHIBITION CATALOG *EDWARD HOPPER, D'UNE FENÊTRE À L'AUTRE.*

Resume

From 2015 to 2017, we led a collective research project entitled “Catalogues d'exposition augmentés : zones de test” as part of the Labex Arts-H2H. Its aim was to offer an initial reflection on the digital art book in France, eighteen years after the rise (and decline) of cultural CD-Roms. The project combined a cross-disciplinary approach to the study of design and reception practices with an analysis of editorial forms and figures. In this article, we take stock of this collaborative research based on the emblematic case of the digital exhibition catalog *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre* : we retrace the contours of the “digital art book” object, its multiple fields of tension (economic, semiotic, technical...), as well as the disillusionments that dotted its short existence, through the prism of the interpretative filters of the designers and readers we interviewed.

Keywords

Digital publishing, art books, museums, social semiotics, cultural industries.

EL LIBRO DE ARTE DIGITAL: CRÓNICA DE UNA DESILUSIÓN PROGRAMADA. DEL CASO DEL CATÁLOGO DE LA EXPOSICIÓN *EDWARD HOPPER, DE UNA VENTANA A OTRA.*

Resumen

De 2015 a 2017, dirigimos un proyecto colectivo de investigación titulado «Catalogues d'exposition augmentés : zones de test» en el marco del Labex Arts-H2H. Su objetivo era ofrecer una primera reflexión sobre el libro de arte digital en Francia, dieciocho años después del auge (y declive) de los CD-Roms culturales. El proyecto combinaba un enfoque transversal del estudio del diseño y las prácticas de recepción con un análisis de las formas y figuras editoriales. En este artículo, hacemos balance de esta investigación colaborativa a partir del caso emblemático del catálogo digital de exposición *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre* : recorreremos los contornos del objeto «libro de arte digital», sus múltiples campos de tensión (económicos, semióticos, técnicos...), así como las desilusiones que salpicaron su corta existencia, a través del prisma de los filtros interpretativos de los diseñadores y lectores que entrevistamos.

Palabras clave

Edición digital, libros de arte, museos, semiótica social, industrias culturales.

INTRODUCTION

Zoomer dans une peinture pour en explorer les plus infimes détails, manipuler une sculpture pour la contempler sous tous ses angles, écouter les explications de médiateurs culturels sans se sentir noyé dans la masse des visiteurs, découvrir une exposition phare sans avoir à faire la queue... telles sont les promesses portées par le livre d'art numérique. De fait, durant les années 2010 à 2020, l'objet a cristallisé nombre d'espoirs et de questionnements chez les éditeurs, notamment muséaux : avec leurs « catalogues d'art numériques », leurs « e-albums d'exposition », ces derniers ont cherché à se positionner comme médiateurs innovants de la culture, technophiles, cédant en cela aux injonctions modernistes (Le Marec, 2007; Sandri, 2020) associant le numérique à une promesse de rajeunissement des publics.

Entre 2014 et 2016, nous avons conduit un projet de recherche intitulé « Catalogues d'exposition augmentés : zones de test » qui avait pour objectif de cerner les contours de l'objet « livre d'art numérique » produit par les musées français. Nous désignons sous l'appellation « livre d'art numérique » un objet éditorial dont les formes reproduisent des similitudes avec celles du livre imprimé, tout en s'ouvrant aux spécificités créatives de l'écriture numérique, telles que le multimédia, l'hypermédia, le transmédia, l'ouverture à l'Internet par des hyperliens, ou encore la participation du lecteur susceptible d'y laisser des traces d'écriture. Ce projet soutenu par le Labex Arts-H2H a mobilisé des chercheurs en Sciences de l'information et de la communication¹ et des chercheurs en design de l'École nationale supérieure des arts décoratifs. Y participaient aussi la Réunion des musées nationaux (Rmn) et le centre Georges-Pompidou qui ont édité, entre 2010 et 2016, des dizaines de livres d'art numériques sous forme d'applications pour tablettes. Pour illustrer les tiraillements d'un objet protéiforme au carrefour d'enjeux sémiotiques, techniques, esthétiques et économiques, nous avons retenu une grande diversité d'artefacts, au format applicatif ou epub : le livre homothétique reproduisant fidèlement la forme du livre papier ; le livre « enrichi » de vidéos et de sons ; le livre « augmenté » de QR codes ; et l'application mobile « transmédia » et géolocalisée. Si cette dernière a comme mission de valoriser la visite de l'exposition dans l'enceinte du musée, dans la tradition de l'audioguide, les autres productions ont comme objectif d'instruire le lecteur en amont et en aval de l'expérience de visite, dans la filiation du catalogue et de l'album d'exposition papier.

Le livre d'art numérique, plus encore que le roman numérisé ou le livre de jeunesse enrichi, est traversé par des champs de tension multiples, entre standardisation favorisée par l'industrialisation des outils d'édition numérique et expérimentations créatives si audacieuses qu'elles bousculent les habitudes de lecture.

Le livre d'art numérique semble également répondre à une ambition de scientificité, tout en étant ancré dans des usages ordinaires liés à l'expérience de visite. C'est pourquoi a été favorisée la mise en place de dispositifs d'enquête croisés tressant des fils entre différentes approches : il s'agissait de prendre en compte à la fois les représentations des concepteurs, les formes et les figures visibles, lisibles et manipulables du texte et de l'image à la surface de l'écran, et l'interprétation par les publics. Était également intégré un volet de recherche-crédation : une collaboration entre la Rmn et des chercheurs designers de l'Ensad a permis de concevoir en 2016 un « dictionnaire amoureux Fragonard² » pour tablette tactile *iPad*. Dans le sillage des travaux d'Eliseo Verón (1995) consacrés à la

.....

1. Des laboratoires Cemti, Paragraphe, Elico et de la Bibliothèque publique d'information (Bpi).

2. URL : <https://www.grandpalais.fr/fr/article/fragonard-amoureux-le-dictionnaire-libertin-est-sur-ipad> (consulté le 16 août 2020).

« semiosis sociale » des productions culturelles, notre ambition était d'étudier à la fois les « grammaires de production » mobilisées par les concepteurs, les spécificités rhétoriques des productions culturelles en lien avec les potentialités du dispositif tablette, et les « grammaires de reconnaissance » mobilisées par des publics.

Pour ce faire, nous avons placé au centre du projet une production emblématique, qui, à l'époque, figurait parmi les livres d'art numériques les plus vendus en France : *Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre*, une application pour tablette *iPad* produite et diffusée par la Rmn en 2012. Comme tous les catalogues d'exposition, celui-ci a été présenté par l'éditeur à la fois comme un « beau livre » et un produit de médiation muséale à l'ambition scientifique, porté par le commissaire de l'exposition sur Edward Hopper, Didier Ottinger (qui, fait rare, a également conçu la structure arborescente de l'application). Le projet a par ailleurs bénéficié d'une subvention de 50 000 euros du Centre national du livre qui a rendu possible une expérimentation audacieuse avec le format.

Vu l'investissement considérable de l'institution dans cette production phare, nous nous attendions à ce qu'elle soit encore facilement accessible en 2023, au moment de l'écriture de cet article. Or, dans la boutique Internet de la Rmn³, il est certes possible d'acquérir des ouvrages papier sur le peintre Edward Hopper ou un DVD documentaire, mais aucun e-album ou catalogue d'exposition numérique n'est proposé à la vente. C'est sur le site institutionnel du Grand Palais qu'est repérée une rubrique dédiée aux « applications mobiles⁴ ». Y sont présentés les compagnons de visite pour téléphone, et, plus loin, un « catalogue de livres numériques ». Malgré des liens encore opérationnels, il s'avère pourtant impossible de télécharger l'application sur le peintre Edward Hopper dans l'AppStore ou sur Google Play, celle-ci étant décrite comme « indisponible ». Même « Betty », le *chatbot* de la Rmn, ne semble jamais avoir entendu parler de ce catalogue d'exposition numérique (figure 1).

.....

3. Boutique de la Rmn : <https://www.boutiquesdemusees.fr/fr/> (consulté le 15 février 2024).

4. Applications mobiles et catalogues d'exposition numériques produits par la Rmn : <https://www.grandpalais.fr/fr/les-applications-mobiles> (consulté le 15 février 2024).

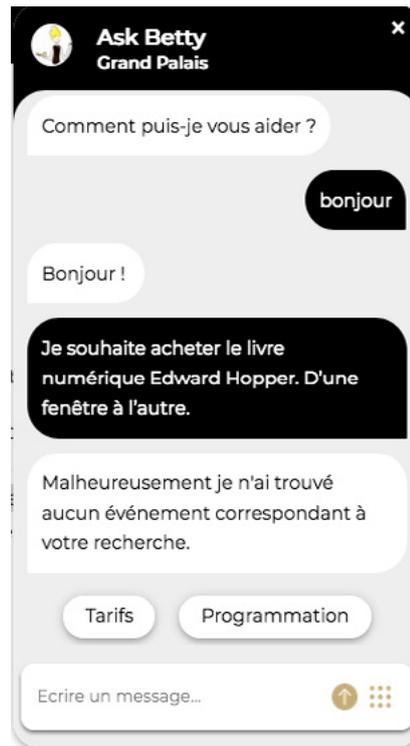


Figure 1. Capture d'écran d'un échange avec Betty, le chatbot de la Rmn

Nous nous proposons dans cet article d'opérer un retour critique et réflexif sur les résultats de cette recherche, en revenant, d'une part, sur les questionnements méthodologiques au cœur de la démarche, d'autre part, sur les entretiens menés avec des concepteurs afin de mieux cerner leurs tactiques de connivence et de résistance face aux stratégies industrielles d'un concepteur comme Apple (Saemmer, Tréhondart, 2017; Tréhondart, 2016). Puis, nous nous centrerons sur le cas particulier du catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*, mis au prisme de la réception des publics, afin de retracer la chronique d'une désillusion programmée, qui n'est pas sans rappeler celle des cédéroms culturels.

LES CATALOGUES D'EXPOSITION NUMÉRIQUES : DE LA SEMIOSIS À LA SÉMIOLOGIE SOCIALE

Le projet s'appuyait sur un cadre théorique et méthodologique grâce auquel la collaboration étroite avec des éditeurs et des publics s'est affinée progressivement. Nous avons d'abord réalisé une étude socio-économique du contexte de conception du livre d'art, inspirée de l'approche du « dispositif » par Michel Foucault qui insiste sur son ambiguïté, entre mise à disposition de savoirs et processus de coercition (Foucault, 1994, p. 51) ; nous avons mené ensuite une analyse pragmatique des « grammaires de reconnaissance » dans l'héritage des travaux d'Eliseo Verón (1995), enfin nous avons fait converger ces composites dans une sémiotique sociale du livre d'art enrichi au prisme des « filtres interprétatifs » des concepteurs (Tréhondart, 2018, 2016) et des publics (Saemmer, Tréhondart, Coquelin, 2022)

Comme Eliseo Verón, nous sommes parties de l'idée qu'une production culturelle — un livre d'art numérique par exemple — est structurée de l'intérieur par des stratégies de communication qui essaient de modéliser et de guider la réception grâce à l'articulation des signes sur un support. Verón a proposé le concept de « grammaires de production »

pour qualifier cette articulation des signes, et suggère que celle-ci peut être étudiée à la fois en appui sur des entretiens avec les concepteurs d'un artefact culturel, et par une démarche d'analyse rigoureuse des caractéristiques que le sémioticien expert décèle. Tout en insistant dans ses écrits théoriques sur le fait que les « grammaires de reconnaissance » filtrent toujours l'accès du sujet aux « grammaires de production », Verón met en place dans *Ethnographie de l'exposition*, livre co-écrit avec Monique Levasseur (1989), une méthodologie de recherche qui donne au sémioticien expert une place prépondérante dans l'analyse de ces grammaires. La mise en œuvre d'une méthodologie s'inspirant de cette démarche dans le projet « Catalogues d'exposition numériques : zones de test » a conduit à une gêne grandissante face à l'idée que le sémioticien expert ait toujours le dernier mot sur le sens d'un artefact culturel. Nous avons déplacé l'approche en choisissant de mettre l'accent sur la production du sens en acte, qu'il s'agisse des concepteurs ou des publics (sans exclure pour autant le sémioticien qui fait évidemment partie de la sémiose).

Ce choix méthodologique a donné naissance à une démarche que nous qualifions de « sémiotique sociale » qui vise à produire des connaissances sur la construction du sens par le sujet. Il s'agit de retracer le plus finement possible l'interaction entre des signes articulés sur un support par une instance d'énonciation, par exemple l'éditeur de la Rmn ou un commissaire d'exposition, et les « filtres interprétatifs » des concepteurs et des publics qui, face à l'objet, puisent dans leurs savoirs culturels et contextuels, et un ensemble de ressources interprétatives liées à l'éducation, leurs pratiques culturelles, leurs croyances et leurs convictions pour l'appréhender.

Résolument pragmatique (Peirce, 1978), la sémiotique sociale considère donc qu'il est impossible d'accéder aux caractéristiques de l'artefact « telles quelles » et de mener une analyse de ses formes et de ses figures sans prendre en compte le rôle des grammaires de reconnaissance. Nous avons rebaptisé ces dernières « filtres interprétatifs » pour souligner la spécificité de leur action ancrée dans la socialisation du sujet (Lorusso, 2019), mais aussi leur plasticité. Dans le cadre de ce projet, nous avons pour la première fois testé un outil méthodologique qui, depuis, est devenu central dans notre approche : l'atelier de co-interprétation. Celui-ci est inspiré des *focus groups* mobilisés en sociologie ou en marketing dans le sens où il a comme objectif de sonder et de mettre en perspective les hypothèses interprétatives développées par les participants, face à un artefact culturel ; il s'en distingue en cherchant à sonder avec eux les « filtres interprétatifs » qui motivent ces hypothèses, déplaçant le focus de l'enquête des résultats interprétatifs vers les motivations socio-culturelles. Il repose donc avant tout sur un principe de réflexivité des acteurs qui mènent l'enquête de manière individuelle et collective sur l'ancrage de leur interprétation dans une époque, un milieu, un espace linguistique et culturel, et sur l'action des savoirs, croyances et convictions dans la sémiose.

DES PRODUCTIONS CULTURELLES EN PRISE AVEC LES STRATÉGIES INDUSTRIELLES D'APPLE

Comme toute production mobilisant les techniques de l'information et de la communication, le livre d'art numérique est d'abord engagé dans une négociation avec les contraintes imposées par son « dispositif » de production et de réception : l'ordinateur, la tablette, le téléphone portable. Sa forme, qu'elle se situe au plus près ou au plus loin du modèle papier, n'est en effet pas seulement forgée par l'éditeur ou le concepteur qui se saisit des « savoirs » mis à disposition, mais dépend également des prescriptions techniques et esthétiques émises par les producteurs de ces dispositifs. À l'époque où cette recherche a été effectuée, la tablette *iPad* avait été mise récemment sur le marché par Apple en

2010 et, malgré quelques craintes, suscitait engouement et désir d'expérimentation chez les éditeurs de livres d'art (Tréhondart, 2018, 2016). La négociation entre savoirs et contraintes prenait chez certains éditeurs des accents jubilatoires : dans l'entretien qu'il nous a accordé, Thomas Bijon, le responsable éditorial de la Rmn, vante ce qu'il appelle le *motion design* du constructeur Apple, qui permet d'introduire des mouvements d'accélération sur l'interface. Grâce à cette élasticité, « le livre s'anime, devient vivant, réagit quand on le caresse » (Bijon, Tréhondart, Haute, 2017).

Le dictionnaire animé consacré au peintre Fragonard, développé dans le cadre de notre projet de recherche, en collaboration avec la Rmn, joue avec ce potentiel d'action du texte numérique, en cherchant à susciter auprès du lecteur l'envie de plonger dans les mots du sommaire en les touchant des doigts. Depuis le début des années 2000, non seulement l'édition d'art, mais aussi la littérature de jeunesse, la littérature numérique, la publicité et même certains journaux et magazines ont expérimenté avec le potentiel rhétorique et poétique de la mise en mouvement des mots et des images et leur couplage à un répertoire de gestes (tapoter, étirer, gratter, caresser...), qui dotent le texte et l'image d'une iconicité inédite (Saemmer, 2015). Que les expérimentations avec l'animation et la manipulabilité du texte numérique aient été facilitées par l'évolution et la trivialisations des outils-logiciels, qui ont rendu la création de ces effets accessibles aux artistes et aux non-programmeurs, est une évidence que nous avons déjà amplement discutée ailleurs (Saemmer, 2015, 2022). Mais notre étude, s'appuyant sur des entretiens compréhensifs avec des concepteurs de livres d'art numériques, a montré que ces expérimentations reflètent aussi l'admiration, voire la fascination des concepteurs, pour l'aspect « luxueux », ostentatoire, de l'objet tablette Apple et les innovations techniques qu'elle met au service des contenus d'art : « Ce qu'Apple a inventé, ce sont les mouvements d'accélération sur l'interface. L'élasticité dans les mouvements exprime des choses et rend des effets de matérialité et de beauté », affirme le concepteur de la Rmn, Thomas Bijon, tout en mettant l'accent sur l'emprise que la firme exerce sur les produits éditoriaux : « C'est inquiétant, c'est vrai, de se dire que l'avenir du beau livre numérique aujourd'hui se résume à restituer à Apple 30 % de nos chiffres de vente ! » (Bijon, Tréhondart, Haute, 2017).

Cette inquiétude s'est intensifiée lorsque le constructeur a fait évoluer le système d'exploitation de l'*iPad* et imposé certaines formes modèles dans ses plateformes de vente App Store et iBooks Store. Les catalogues d'exposition numériques développés par la Rmn se sont alors pour certains avérés incompatibles avec ces nouvelles contraintes, accentuant le déséquilibre dans le rapport de force entre Apple et l'institution culturelle. Il aurait en effet fallu reprogrammer la structure informatique de ces livres numériques, ce qui, d'une part, aurait généré un coût important, mais d'autre part aurait été mal perçu par des publics potentiellement obligés d'acheter à nouveau le même produit culturel.

L'emprise industrielle du constructeur sur les questions éditoriales soulève également, dans certains entretiens, la question du façonnage des goûts culturels : les contenus artistiques et scientifiques du livre d'art ne sont plus seulement mobilisés pour valoriser le travail d'une institution, mais servent aussi à magnifier des dispositifs industriels comme l'*iPad* (ou l'*iPhone*) en les dotant d'une légitimité culturelle. Au lieu de réduire les inégalités, la nécessité de posséder une tablette tactile, parfois exclusivement de la marque Apple, pour télécharger des livres d'art numériques constitue une barrière supplémentaire à la démocratisation de la culture. À l'époque où nous avons mené ces entretiens, certains éditeurs s'interrogeaient déjà sur l'avenir des livres d'art numériques dans l'environnement Apple en raison de ces difficultés d'accès. La collection d'œuvres numériques enrichies de la BnF a ainsi peu à peu évolué, passant des applications exclusivement conçues pour la tablette *iPad*, comme la remédiatisation du *Candide* de Voltaire, au format livre-web,

disponible gratuitement en ligne, tel *Au Bonheur des dames* de Zola⁵.

Si certains éditeurs ont, après quelques essais, hésité à continuer d'investir dans l'expérimentation et la production à grande échelle de livres enrichis (Flammarion a ainsi arrêté la production au bout de quelques projets), les musées y ont été en revanche poussés par l'injonction à l'innovation pesant sur eux (Appiotti, 2022; Sandri, 2020). Selon les termes de Joëlle Le Marec, des « injonctions modernistes » ne cessent d'être adressées aux institutions pour que celles-ci se « renouvellent » et proposent des « expériences inédites » (2007) – l'innovation numérique étant posée comme synonyme de cette marche forcée. Pour l'éditeur de la Rmn, Thomas Bijon, interrogé en 2016, le livre d'art numérique tendrait toutefois dans sa recherche d'un modèle économique viable à se rapprocher du modèle de la presse magazine plutôt que de celui de l'édition de beaux livres. Même si, au moment où nous avons conduit ce projet de recherche, les éditeurs interrogés produisaient des catalogues d'exposition numériques volumineux, aux frais de développement importants et dont le format original expérimentait avec les potentialités de l'animation et de la manipulation inédites sur papier, ils proposaient déjà parallèlement des e-albums d'exposition plus compacts. Assumés d'emblée comme non pérennes, ces derniers ont participé d'un mouvement de fond, dans lequel le musée est conduit à vivre à un rythme « haletant [...] quasi au jour le jour pour bien démontrer qu'il est débordant d'activité » (Jacobi, 2013, p. 15). Ces expérimentations favorisées par l'industrialisation des outils d'édition numérique se sont cependant taries progressivement, la dernière ayant vu le jour en 2018⁶.

L'association étroite, établie par ailleurs entre le numérique et des pratiques de « consommation » quasi gratuites, reflétait dès 2015 le poids des imbrications entre les pratiques d'édition, les industries numériques et les discours accompagnateurs. Cette injonction de gratuité à laquelle doivent se plier les œuvres culturelles numériques a tendance à nier la valeur du travail éditorial, alors même que la réalisation d'un livre d'art numérique s'avère souvent plus coûteuse que l'édition d'un livre papier. Durant le projet sur les catalogues d'exposition numérique, nous avons mené un examen critique des traces que ces discours d'accompagnement laissent dans les représentations des publics, ainsi que leur matérialisation dans les briques de design du livre d'art numérique, au prisme d'un objet emblématique : le catalogue d'exposition *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*.

LE CATALOGUE D'EXPOSITION NUMÉRIQUE *EDWARD HOPPER, D'UNE FENÊTRE À L'AUTRE* DANS L'ŒIL DES PUBLICS

Deux études conduites par le Credoc et par la Rmn-Grand Palais (Rmn-GP) ont donné la possibilité d'appréhender sommairement le public acheteur de livres d'art numériques en 2015⁷. 51 % étaient des retraités (le plus souvent des femmes), diplômés au moins d'un Bac+5 pour la moitié d'entre eux. Les participants ont été recrutés grâce à un questionnaire transmis aux abonnés de la newsletter de la Rmn-GP. À partir des réponses obtenues, un premier atelier de co-interprétation a été organisé le 11 juin 2015, par Muriel Amar, Agnès Vigué-Camus de la Bpi et nous-mêmes (Amar, Vigué-Camus, 2017; Saemmer, Tréhondart, 2017). Il réunissait 7 amateurs d'art, visiteurs réguliers d'expositions, majoritairement des femmes, avec un niveau de Bac+5, pour un quart des retraités, équipés d'*iPad* (67 %),

.....

5. URL : <http://livres-enrichis.bnf.fr/bonheurdesdames/> (consulté le 23 juillet 2023).

6. Voir le site du Grand Palais : <https://www.grandpalais.fr/fr/tags/e-album> (consulté le 23 juillet 2023).

7. Enquête RMN-GP 2015 sur les équipements des usagers ; CREDEC, Baromètre du numérique, 2015.

qui avaient par ailleurs l'habitude d'acheter des catalogues d'exposition imprimés. Un second groupe organisé en octobre 2015 était composé de 8 participants plus jeunes, recrutés auprès des publics de la Bpi, de membres de l'Art Session du centre Georges-Pompidou et d'étudiants du cursus du Master 2 « Pratiques textuelles numériques » de l'Université Paris 8.

Nous avons dans un premier temps recueilli des informations sur leurs pratiques culturelles, leurs représentations et leurs attentes envers le livre numérique et les catalogues d'exposition. Nous avons ainsi vérifié que le désir d'explorer de nouveaux formats devait certes composer avec les contraintes liées au dispositif (ses normes industrielles, ses formes prescrites, son éphémérité programmée...), mais aussi avec l'adhésion toujours forte des publics au « beau » livre sur support papier, caractérisé par ses finitions soignées et sa matérialité livresque. En effet, les contours du livre d'art numérique se dessinent souvent encore en référence au livre papier dans les horizons d'attente des publics. Les lecteurs de catalogues d'exposition insistent sur l'importance de la matérialité du livre d'art, difficile à retrouver en format numérique : « C'est aussi une question d'image de soi. Avoir une bibliothèque avec des beaux livres représente ce que l'on est », fait remarquer une enquêtée. Comme le montre Christophe Evans (2017) dans son étude consacrée aux pratiques de lecture contemporaines, l'imprimé conserve une place de choix : les « grammaires de reconnaissance » mobilisées par les publics n'évoluent pas aussi rapidement que ce que les éditeurs et institutions culturelles peuvent espérer.

Enfin, le livre d'art numérique, quand il est conçu par un musée, est également un produit d'institution visant à rendre la culture accessible. Mais l'ambition de scientificité incarnée par les auteurs, les conservateurs et les historiens de l'art, et héritée de la longue histoire du catalogue d'exposition papier, se mêle dans les faits à l'usage ordinaire, qui relève plus du feuilletage que de la lecture concentrée, et davantage de l'exhibition sur une belle étagère que de l'acquisition patiente de connaissances, ce qui a donné lieu au qualificatif dépréciatif de *coffee table book*.

Lors des deux ateliers de co-interprétation, la proposition formulée aux participants était celle d'un parcours-découverte vidéo-projeté — et donc guidé — du catalogue *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*. Ils ne pouvaient feuilleter le livre numérique librement. Le choix du parcours de lecture était ainsi bien évidemment déterminé par nos filtres interprétatifs situés de sémioticiennes passionnées d'art et de littérature numérique, ayant étudié longuement l'objet en amont. Fidèles au précepte pragmatique que la matérialité de cette application n'est accessible qu'à travers les processus de reconnaissance du sujet, nous essayons dans la présentation qui suit de cerner au plus près l'interaction entre filtres interprétatifs et signes perçus par les participants en remettant en perspective les résultats.

Envies d'affranchissement de l'amateur savant

En 2016, les participants à nos ateliers de co-interprétation formulent de fortes envies d'affranchissement vis-à-vis des structures guidées du catalogue d'exposition traditionnel. « On veut choisir, on veut cibler », « faire ce qu'on veut », « piocher », « entrer dans l'œuvre selon le point de vue souhaité », martèlent ces lecteurs réguliers de catalogues d'exposition qui se considèrent comme des amateurs passionnés, certains de posséder les assises culturelles suffisantes pour effectuer des choix raisonnés dans les contenus. La première page-écran du catalogue numérique, qui invite à choisir parmi neuf tableaux agencés sous forme de mosaïque sans hiérarchie prédéfinie, est alors accueillie très favorablement.

Plusieurs participants du second groupe de discussion mobilisent un filtre interprétatif forgé par la fréquentation de sites web et d'applications pour saluer la « granularité » de cette page numérique, constituée de « modules de lecture » donnant un accès en

« libre-service » aux contenus. Même si certains s'inquiètent du fait que la lecture soit plus fragmentée que dans un catalogue d'exposition traditionnel, ils se réjouissent de la promesse de production d'un point de vue individuel grâce aux choix proposés sur l'interface. Le fait que la plupart des participants aient immédiatement reconnu les tableaux phares d'Edward Hopper a certainement participé à l'accueil « décomplexé » de cette « Une », perçue comme libératrice ; les conditions de découverte lors de l'atelier y ont également contribué.

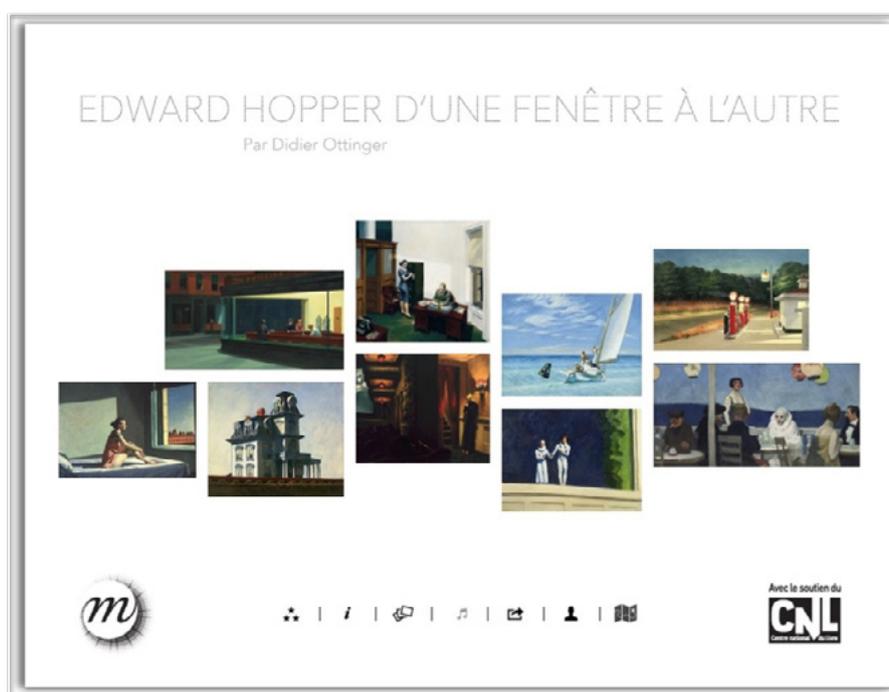


Figure 2. La « Une » du catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*

La nécessité de disposer de repères hérités de la lecture livresque

Le souhait de disposer de repères hérités de la culture livresque se fait néanmoins sentir en parallèle des envies d'affranchissement exprimées. Les participants réclament une « vision globale » sur les contenus, un « fil conducteur », un « plan d'ensemble de la scénographie », un « lieu central » d'où ils pourraient « saisir l'ampleur » de l'ouvrage. Le fait qu'ils et elles réclament des cartes, des menus et des sommaires rappelle une autre expérimentation que nous avons conduite en sémiotique sociale à propos des sites web de presse. Le journal *Libération* est parmi les premiers en France à avoir renoncé à un menu classique au profit d'une page sans fin, constituée d'une mosaïque de contenus à découvrir par *scroll*. Si l'absence de menu a été considérée comme dérangement par les participants à un atelier de co-interprétation en 2015, en 2019, la plupart ont associé cette « Une » sans menu à un « fil d'actualité », saluant plutôt la clarté du design (Saemmer, Tréhondart, Coquelin, 2022). L'habitude d'explorer des contenus au hasard du *scroll* sur les réseaux sociaux numériques avait remplacé celle, héritée de la culture livresque, de canaliser en amont la découverte des contenus par les catégories prédéfinies d'un sommaire.

L'application sur le peintre Edward Hopper n'est cependant pas structurée comme un fil d'actualité à scroller, mais plutôt comme une mappemonde qui se déroule segment par segment, grâce à des gestes de feuilletage vers le haut, le bas, la gauche ou la droite.

Les participants apprécient le fait de pouvoir « faire défiler » les pages-écrans « comme dans un livre » : « Le geste de feuilleter est naturel, on le fait tout le temps », affirment-ils dans les ateliers; « le fait que ce soit par geste, avec le doigt, on avance, on recule, c'est *intuitif* ». Face à une grande carte de navigation qui recense toutes les pages-écrans et révèle leurs relations spatiales, les participants se montrent pourtant plus sceptiques. Ils la comparent à une « carte heuristique » tout en mettant en doute l'idée qu'une « combinatoire graphique de parcours » puisse les aider à mieux saisir comment les pages-écrans sont articulées entre elles. La représentation du catalogue d'exposition comme un livre-rhizome, mobilisée par le commissaire de l'exposition pour réaliser cette carte, était déjà au centre de l'imaginaire du web des premiers temps. En 2016, elle semble appartenir à une époque révolue. Sur la majorité des sites web et plateformes accessibles en 2023, s'il existe encore parfois un « menu hamburger » proposé dans un coin, les contenus se découvrent principalement par *scroll*.

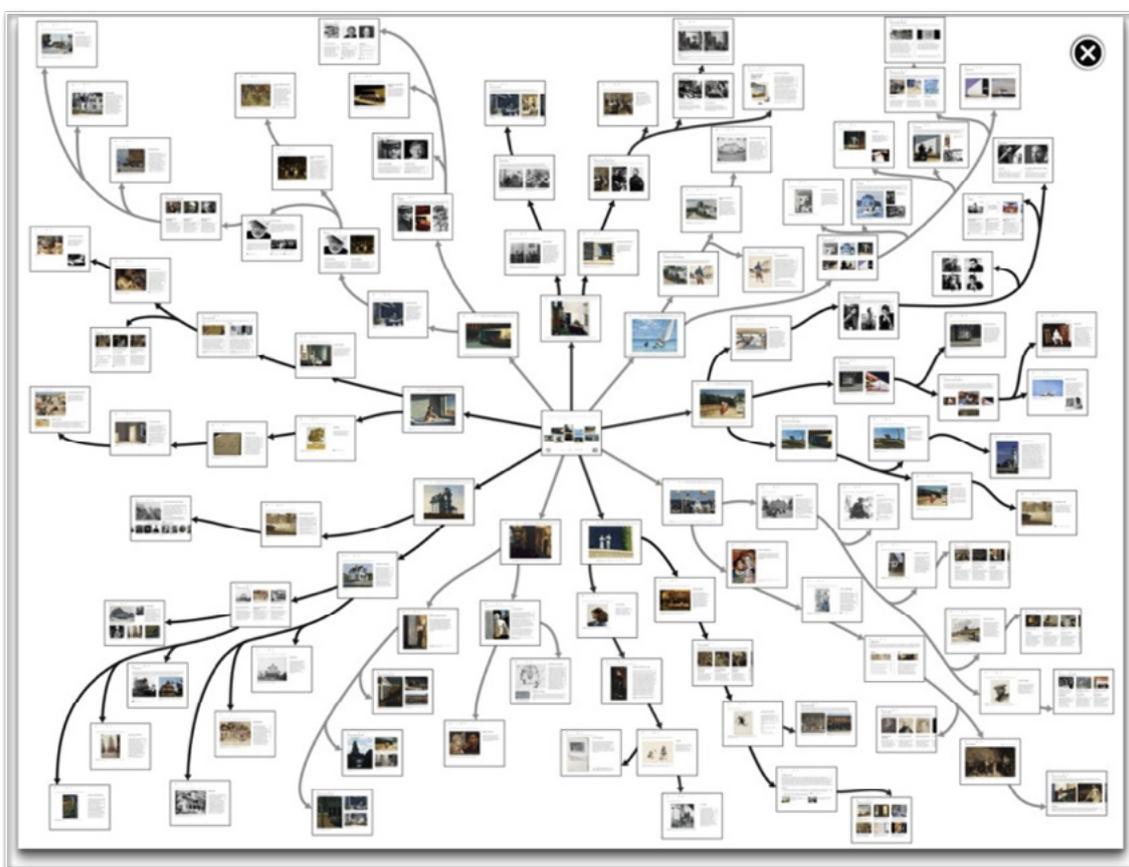


Figure 3. La carte de navigation faisant office de menu dans l'application sur iPad *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*

Plaisir de lâcher prise

Rappelons que ce catalogue d'exposition numérique sur Edward Hopper est devenu introuvable en 2023 alors que le DVD, qui semblait voué à une disparition certaine en 2016, est toujours en vente dans la boutique de la Rmn-GP. Le succès fulgurant des plateformes de *streaming* et de *podcast* confirme une attente qui s'est manifestée dès 2016 dans nos ateliers, lorsque les participants ont affirmé vouloir être, par moments, « pris par la main ». La suite de l'exploration guidée du catalogue, qui plonge le lecteur dans une séquence audiovisuelle non manipulable combinant du texte parlé et animé, une

musique d'ambiance et des images défilantes, ne surprend aucunement les participants mais, au contraire, leur procure une sensation de « lâcher prise » fort bienvenue.

Les participants certes se perçoivent majoritairement comme de grands lecteurs mais affirment aussi, sans complexe, leur plaisir du « *storytelling* » face à une application qui, par moments, leur rappelle davantage les habitudes de visionnage d'une émission culturelle ou l'écoute d'une visite guidée que la lecture d'un livre imprimé.

Envies de s'immerger et d'explorer du bout des doigts

Chez les plus jeunes participants, l'habitus du spectateur d'émissions culturelles s'agrège à d'autres filtres interprétatifs acquis par la pratique du jeu vidéo. Dans le catalogue, une fois achevée la séquence animée, des rectangles blancs, légèrement transparents, apparaissent sur le tableau central, comme dans la figure 4, où ils viennent délimiter deux zones du tableau : un couple et un homme solitaire accoudé au bar. Une participante imagine pouvoir tourner l'homme pour le découvrir de face. Or, le fait de le « toucher » ne permet pas de « voir le devant du monsieur », mais fait apparaître des explications érudites sur la postérité de l'œuvre de Hopper. « On s'attend à entrer dans les personnages, alors que non ! », s'écrie-t-elle déçue : le livre numérique lui semble « à la traîne » d'autres productions comme le jeu vidéo, mettant en échec une attente d'immersion associée à la manipulabilité des objets représentés.

Beaucoup moins décevante s'avère la manipulation de l'outil « loupe ». Le couplage du geste « toucher et écartier » avec certaines images permet de se « focaliser » sur les détails : un réel « plus » du format numérique, qui procure à certains participants la sensation de pouvoir se projeter dans les œuvres, mais aussi de transgresser deux interdits muséaux : s'approcher de trop près, et toucher les œuvres.

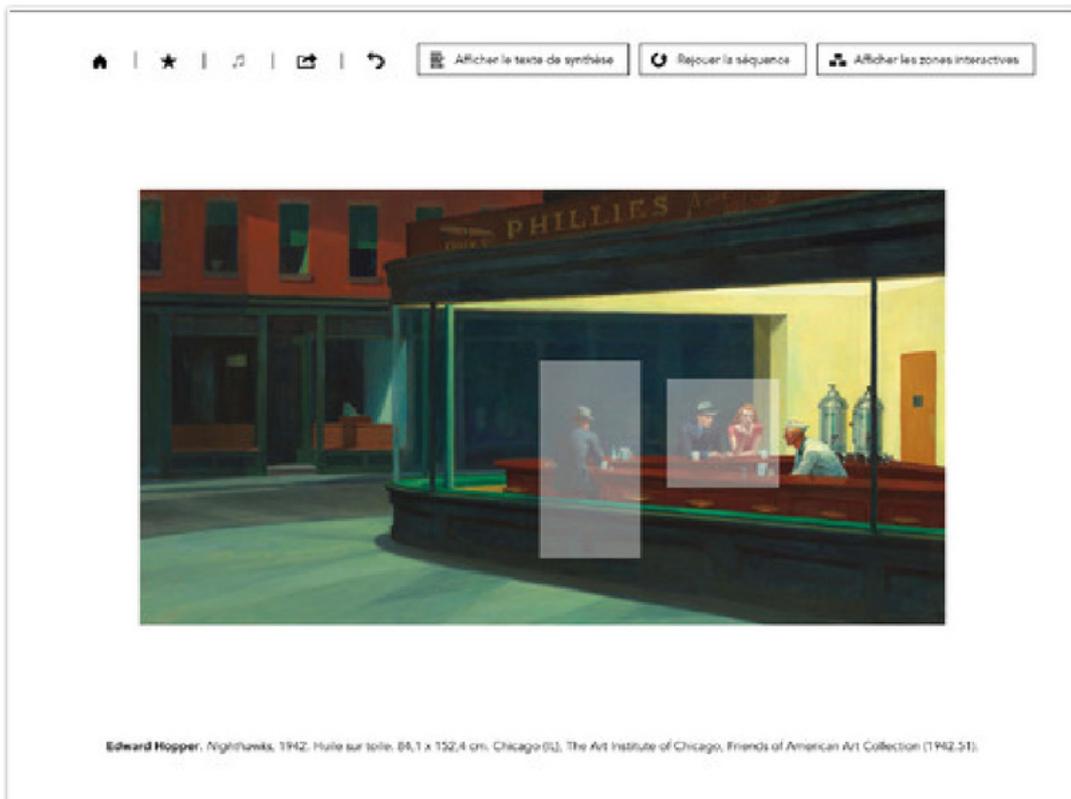


Figure 4. Une page-écran du catalogue *Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre* invitant à activer les rectangles blancs.

La nécessité de résister à la tentation du spectaculaire

Les participants se disent disposés à «prendre le temps» et à lire un livre numérique de manière prolongée et intensive. Lorsque l'activation de l'emblème «+» sur la photo de Sigmund Freud propose une citation longue qui s'affiche en *pop-up*, une étudiante exprime toutefois la crainte de «s'ennuyer» face à ce trop-plein de texte. Une autre, plus âgée, se demande pourquoi le texte ne s'affiche pas en pleine page, ce qui permettrait de le lire «agréablement». Les férus d'art souhaitent résister aux séductions du spectaculaire et sont à la recherche de productions qui les prennent au sérieux. Ils souhaitent retrouver la substance du livre d'art : une facture soignée qui met en valeur les œuvres et les explications savantes. Nous avons ainsi décelé, dans certains discours, l'ébauche d'une culture critique du design numérique. Face aux dérives d'un design éditorial épousant de trop près les prescriptions des grandes firmes, face aux chants des sirènes d'une médiation expérientielle qui cache mal les enjeux marketing qui la trament de l'intérieur, les publics du livre numérique étaient sur leurs gardes dès 2016.

La peur de perdre ce que l'on possède

Un désir de retour vers des formes homothétiques, voire au final vers le catalogue imprimé, s'est fait sentir à plusieurs moments lors des ateliers. Les participants se montrent certes intéressés par la découverte du livre d'art numérique mais insistent aussi sur le plaisir de «posséder» un livre d'art papier et de l'intégrer dans une bibliothèque personnelle.

L'affection pour l'objet «livre d'art» est partagée par tous les participants. Ces visiteurs d'expositions réguliers sont prêts à investir dans leur passion mais veulent avoir l'assurance de disposer de l'objet à long terme. Se dessine, dans les propos tenus, l'habitus de l'amateur cultivé, issu des classes moyennes ou supérieures qui «possède» sa bibliothèque comme il possède d'autres biens matériels. La volatilité des formes et l'obsolescence des formats numériques ne sont guère rassurantes pour ces publics attachés à l'idée de patrimoine et à sa pérennité.

Le manque de matérialité ressenti face au catalogue d'exposition numérique n'est, au final, pas entièrement compensé par le plaisir de découverte, de visionnage ou de plongée immersive. L'écart entre l'habitus du public type et les propriétés de l'objet s'est sans doute avéré trop important pour que le format du catalogue d'exposition numérique tel que celui sur le peintre Edward Hopper s'impose à long terme.

CONCLUSION

Dans leur grande majorité, les participants à nos ateliers de co-interprétation ont associé des valeurs positives aux caractéristiques du catalogue d'exposition *Edward Hopper, d'une fenêtre à l'autre*. Les zones animées leur semblent à même de pouvoir plonger le spectateur dans la situation d'une visite guidée dont il peut toutefois s'échapper à tout moment par simple clic. L'outil «loupe» a été perçu comme permettant de zoomer à souhait dans les tableaux en les touchant du doigt, là où le musée oppose un interdit au toucher et à la manipulation des œuvres. Pour les participants aux deux ateliers de co-interprétation, le livre d'art numérique tel qu'incarné par cette application offre la possibilité de s'attarder devant un tableau et de se plonger en toute tranquillité dans la lecture de longs cartels, là où, dans l'exposition, les visiteurs se bousculent devant les œuvres phares. Cette rhétorique positive est cependant conditionnée par les filtres interprétatifs des participants recrutés qui s'ancrent dans une socialisation à la culture muséale et qui s'appuient sur des habitus

de visiteurs d'exposition « classiques », faisant appel à des compétences de lecture multimodales inégalement distribuées dans la société – et qui ne sont pas liées qu'à des facteurs générationnels, loin de là.

Par ailleurs, certaines valeurs comme la liberté d'agir ou le plaisir de l'immersion polysensorielle, au vu des entretiens avec les concepteurs, ont pu être instrumentalisées pour cacher d'autres enjeux : l'industrialisation des pratiques de conception, la spectacularisation des contenus culturels, la marchandisation de la réception. La méthodologie de sémiotique sociale que nous avons développée dans le cadre de ce projet de recherche vise à étudier ces enjeux dans leur oscillation complexe, entre coercition et consentement, telle qu'elle est vécue par des publics dont le sémioticien fait évidemment partie.

L'idée que le livre d'art numérique allait démocratiser l'accès à la culture a été posée comme un allant-de-soi par les concepteurs interrogés lors de notre enquête. Si l'accès à la culture s'est trouvé peut-être et jusqu'à un certain point facilité par le numérique, en offrant la possibilité au visiteur de télécharger des applications muséales à un prix modique, n'importe où dans le monde, au lieu de se déplacer au Grand Palais à Paris, la possession d'une tablette, et souvent d'un *iPad*, était, au moment de ce projet, impérative pour pouvoir lire et accéder à ces œuvres. La disparition des livres d'art numériques au format applicatif sur tablette – la production s'est arrêtée en 2018 du côté de la Rmn-Grand Palais – s'explique alors par plusieurs raisons, soulignées par nos enquêtés, qui s'inquiétaient déjà de l'avenir du livre d'art numérique : le côté ostentatoire et « tape-à-l'œil » de l'*iPad*, son coût, la faible découvrabilité des œuvres culturelles sur le marché des applications contrôlé par les industries du numérique, le contrôle exercé par le constructeur Apple sur les formats des applications vendues dans les *stores*, l'impératif de semi-gratuité face à des coûts de développement onéreux... tous ces facteurs s'avèrent *in fine* peu en accord avec la vocation de service public qu'entendent assumer les musées.

Pour autant, ces derniers n'ont pas cessé d'expérimenter et de produire des objets éditoriaux, persistant dans leur volonté de développer des formes de livres d'art numériques plus en accord avec l'idée de bien culturel commun et les horizons d'attente des publics. Si les questions de pérennité, d'accessibilité, de maniabilité, de référencement, de découvrabilité et de citabilité étaient évoquées en filigrane de notre enquête, elles se posent désormais avec une acuité certaine dans la nouvelle chaîne d'édition numérique. En témoigne le catalogue raisonné du peintre Van Dyck paru aux éditions du Louvre en 2023, sous quatre formats différents : papier, epub, web, et pdf⁸. Celui-ci porte l'idée d'offrir une expérience sensorielle avec les images reproduites (zoom, maniabilité) tout en prenant en compte de nouveaux critères d'édition numérique, notamment scientifiques, comme l'accessibilité et la pérennité.

Reste à savoir si les horizons d'attente des publics ont évolué au même rythme que les projections des concepteurs et si les distinctions profondément ancrées dans la société française, en dépit des discours d'accompagnement vantant le caractère jeune, innovant et accessible des outils de médiation numériques, prévaudront toujours.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Amar, Muriel; Vigué-Camus, Agnès (2017), « *Lost in mediation ? Une étude d'usage des e-albums d'exposition* » (p. 63-96), in Saemmer, Alexandra ; Tréhondart, Nolwenn, *Livres d'art numériques : De la conception à la réception*, Paris : Hermann.

.....

8. Lien vers le catalogue raisonné : <https://livres.louvre.fr/vandyck/colophon/> (consulté le 23 juillet 2023).

Appiotti, Sébastien (2022), *Prendre des photos au musée. Quand les visiteurs gardent l'œil sur l'objectif*, Paris : MKF éditions.

Bijon, Thomas; Tréhondart, Nolwenn; Haute, Lucile (2017), «Le livre s'anime, devient vivant, réagit quand on le caresse», entretien (p. 97-108), in Saemmer, Alexandra; Tréhondart, Nolwenn, *Livres d'art numériques : De la conception à la réception*, Paris : Hermann.

Evans, Christophe (2017), «Expériences de lecture numériques» (p. 49-62), in Saemmer, Alexandra; Tréhondart, Nolwenn, *Livres d'art numériques : De la conception à la réception*, Paris : Hermann.

Foucault, Michel (1994), *Dits et écrits III (1976-1979)*, Paris : Gallimard (Bibliothèque des Sciences humaines).

Jacobi, Daniel (2013), «Exposition temporaire et accélération : la fin d'un paradigme?» (p. 15-24), *La Lettre de l'OCIM*, n° 150.

Le Marec, Joëlle (2007), *Publics et musées. La confiance éprouvée*, Paris : L'Harmattan.

Lorusso, Anna Maria (2019), «Sémiotique et culture» (p. 161-176), in Biglari, Amir (dir.), *La sémiotique et son autre*, Paris : Kimé.

Peirce, Charles Sanders (1978), *Écrits sur le signe (1931-1958)*, trad. Gérard Deledalle, Paris : Seuil.

Saemmer, Alexandra; Tréhondart, Nolwenn; Coquelin, Lucile (2022), *Sur quoi se fondent nos interprétations? Introduction à la sémiotique sociale*, Lyon : Presses de l'Enssib.

Saemmer, Alexandra; Tréhondart, Nolwenn (2017), «Approche socio-sémiotique du catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre*» (p. 169-202), in Saemmer, Alexandra; Tréhondart, Nolwenn, *Livres d'art numériques : De la conception à la réception*, Paris : Hermann.

Saemmer, Alexandra (2015), *Rhétorique du texte numérique*, Lyon : Presses de l'Enssib.

Saemmer, Alexandra (2022), «Vers une poétique post-numérique de l'illisibilité», *Recherches et Travaux*, n° 100, [en ligne], consulté le 8 janvier 2022, <https://journals.openedition.org/recherchestravaux/4844>

Sandri, Éva (2020), *Les imaginaires numériques au musée? Débats sur les injonctions à l'innovation*, Paris : M&F Éditions, coll. «Les essais numériques».

Tréhondart, Nolwenn (2018), «Pratiques de conception du livre numérique enrichi : enjeux idéologiques et créatifs», *Interfaces numériques*, 7 (3), [en ligne], consulté le 20 juillet 2023, <https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/3619>

Tréhondart, Nolwenn (2016), *Le livre numérique enrichi : conception, modélisations de pratiques, réception*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 8 – Vincennes-Saint-Denis.

Verón, Eliseo; Levasseur, Martine (1989), *Ethnographie de l'exposition : l'espace, le corps et le sens*, Paris : Bpi Centre Georges-Pompidou.

Verón, Eliseo (1995), *La Semiosis sociale : Fragments d'une théorie de la discursivité*, Vincennes : Presses universitaires de Vincennes.