

Bertrand Legendre, Ce que le numérique fait aux livres
Fontaine : Presses universitaires de Grenoble, coll. «
Communication, médias et société », 2019, 144 p., 19,50 €

Anthony Glinoyer

Volume 58, 2020

Ouvrer ensemble. Les rouages collectifs dans la chaîne du livre
Working Together. Collective Mechanisms in the Book Circuit

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1076253ar>
DOI : <https://doi.org/10.33137/pbsc.v58i0.34058>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

The Bibliographical Society of Canada/La Société bibliographique du Canada

ISSN

0067-6896 (imprimé)
2562-8941 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Glinoyer, A. (2020). Compte rendu de [Bertrand Legendre, Ce que le numérique fait aux livres : fontaine : Presses universitaires de Grenoble, coll. « Communication, médias et société », 2019, 144 p., 19,50 €]. *Papers of the Bibliographical Society of Canada / Cahiers de la Société bibliographique du Canada*, 58, 185–187. <https://doi.org/10.33137/pbsc.v58i0.34058>

All Rights Reserved © Anthony Glinoyer, 2021



Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

les spécificités qui se développent au sein des catalogues éditoriaux. Bien que les différents spécimens bédésques étudiés soient soumis à une analyse paratextuelle minutieuse, l'album est parfois traité comme une catégorie transcendante réunissant sous une même enseigne des œuvres qui, en fait, n'ont que très peu de caractéristiques communes (pensons aux *Aventures de Tintin*, très standardisées, et aux publications de l'Association, plus expérimentales). Dans le même sens, on peut aussi remettre en question le présupposé voulant que le passage au support livresque soit systématiquement garant de légitimité. Lorsqu'il soutient que « [l]e livre, en effet, transmet un fragment de sa sacralité aux langages qu'il véhicule » (p. 379), Lesage pourrait aussi rappeler plus clairement que tous les livres ne jouissent pas du même statut aux yeux de tous les lecteurs. Certains cercles alternatifs et *underground* accueillent avec réticence le standard franco-belge (le « 48 CC ») — lorsqu'ils ne le rejettent pas vigoureusement — et accordent une valeur symbolique plus grande aux supports auxquels ils demeurent attachés, comme la revue (*Fluide glacial*, *À suivre*) et le *fanzine*. Si la mise en livre peut assurément se présenter « comme un couronnement, comme la récompense accordée pour une série à succès et pour une production régulière » (p. 380), il reste à mieux nuancer l'effet réel de ce procédé de légitimation en fonction des publics et des formes livresques choisies par les éditeurs. Un deuxième ouvrage tiré de la thèse de Lesage, *La bande dessinée du feuilleton à l'album* (à paraître), promet déjà d'aborder ces questions et de compléter l'importante relecture historique entamée dans *Publier la bande dessinée* par une poétique de la forme.

PHILIPPE RIOUX
Université de Sherbrooke

Bertrand Legendre, *Ce que le numérique fait aux livres*, Fontaine : Presses universitaires de Grenoble, coll. « Communication, médias et société », 2019, 144 p., 19,50 €.

La troisième révolution du livre, la révolution numérique, est en cours. Tout le monde semble s'entendre sur cette assertion sans nécessairement s'accorder sur ce que cette révolution recouvre. Il faut savoir gré à Bertrand Legendre de faire le point sur tout « ce que le numérique fait aux livres ». Son ouvrage n'est pas le premier à se pencher sur les relations entre le livre et le numérique (Françoise Benhamou, *Le livre*

à l'heure du numérique; Simone Murray, *The Digital Literary Sphere*; John B. Thompson, *Books in a Digital Age*), mais Legendre le fait avec un sens de synthèse et une ouverture d'esprit remarquables: foire des déplorations technophobes et des invocations technophiles, il va aux faits et les relie entre eux. Loin de prétendre que les phénomènes décrits soient nés d'aujourd'hui, il considère aussi chaque aspect traité dans son histoire propre.

Le livre se déploie en trois chapitres, dont les titres, sous forme interrogative, disent beaucoup sur l'incertitude non seulement du futur du livre, mais de son présent. «Tous auteurs? Tous éditeurs?» part du phénomène aux dimensions croissantes de l'autoédition (l'auteur prend en charge le processus de production d'une œuvre) et de l'autopublication (l'auteur prend en charge ce processus ainsi que la commercialisation de l'œuvre). Le numérique vient brouiller les frontières autrefois plus nettes entre auteur et lecteur, entre livre autoédité et livre publié à compte d'éditeur, entre le champ littéraire, où s'activent les professionnels, et ses marges, où sont confinés les amateurs: il n'est plus rare que les livres, en particulier dans le domaine de la littérature, soient autoédités avant d'être repris par une maison d'édition; les plateformes d'écriture et d'autoédition (Wattpad, avec ses 65 millions d'utilisateurs mensuels, est la principale) acquièrent une visibilité inédite et parviennent à contourner les instances de légitimation. L'édition scolaire et l'édition de référence sont quant à elles à l'avant-plan d'une transformation en profondeur d'une logique de biens en une logique de services: on n'achète plus une encyclopédie; on s'y abonne, quand on n'y a pas accès gratuitement. Non que les intermédiaires aient disparu. Il y a plutôt des mécanismes de réintermédiation en route, lesquels déplacent les fonctions traditionnelles, celle de l'éditeur au premier chef, et rendent l'auteur lui-même responsable d'une partie de plus en plus importante du processus d'édition. Pour le montrer, Legendre se penche sur les exemples de l'édition de guides touristiques, d'ouvrages et de revues de sciences humaines et sociales, de bandes dessinées et de livres d'art.

«Tous critiques? Tous promoteurs?» est le titre du deuxième chapitre. Il traite en premier lieu de la question de la critique des livres. Il n'y a pas, bien entendu, disparition pure et simple de la critique au profit de la promotion. L'une et l'autre ont d'ailleurs toujours voisiné. Il y a plutôt, soutient Legendre, dilution ou dissémination de la critique, désormais pratiquée par des professionnels, mais aussi des libraires, des universitaires, des bibliothécaires, des «booktubers».

Chez ces derniers et chez d'autres influenceurs (sur Amazon, Instagram ou encore Pinterest), la critique tend à glisser vers des formes de partenariat avec des commanditaires, ce qui n'élimine pas pour autant la question de l'indépendance relative de la critique, comme en témoigne les soupçons pesant sur les influenceurs quand leur activité de prescription semble trop s'assimiler à de la promotion pour des produits. Les éditeurs s'adaptent plus ou moins bien selon les cas à cette instabilité de la fonction critique : les petits éditeurs, auxquels Legendre a déjà consacré un livre avec Corinne Abensour (2007), semblent mieux tirer leur épingle du jeu que les autres parce qu'ils peuvent compter sur une communauté d'amateurs susceptibles de relayer leurs opérations de marketing.

Le dernier chapitre, « Une redistribution des cartes? », analyse la problématique du rapport du livre au numérique sous l'angle économique. Est soulevée, d'abord, la question des mouvements de concentration (verticale ou horizontale) à l'œuvre dans le monde éditorial. Il est vrai que les géants d'hier (Hachette, Bertelsmann, Random House) ne sont que des nains à comparer leur chiffre d'affaires avec celui d'Elsevier, de Google ou d'Apple. En revanche, le numérique a contribué à la création d'un grand nombre de petites maisons d'édition, dans les pays les plus industrialisés comme dans les pays économiquement émergents. Ce sont ensuite les nouvelles pratiques commerciales qui sont interrogées : la TVA, le prix de vente, le libre accès, la rémunération des auteurs. La réorganisation des modèles de la chaîne du livre dans l'univers numérique qui est enfin proposée aurait mérité davantage d'explications. Espérons que ce sera pour une prochaine publication.

On le sait, le livre numérique n'a jamais atteint les niveaux de vente que certains redoutaient et que d'autres espéraient : entre 5 % et 15 % des ventes, selon les pays. De tels chiffres masquent une réalité infiniment plus complexe. La révolution numérique s'insinue à tous les degrés de la chaîne du livre : dans les modes de communication entre les différents intervenants, dans la composition et le graphisme, dans la distribution, dans la prescription, etc. Chacun de ces aspects fait l'objet d'une présentation synthétique, complète et bien référencée dans *Ce que le numérique fait aux livres*, qui pourra devenir un utile compagnon pour toute personne intéressée par le livre tel qu'il se fait aujourd'hui.

ANTHONY GLINOER

Université de Sherbrooke

<https://doi.org/10.33137/pbsc.v58i0.34058>