



# **It's raining *books***

Marine Bigourie  
Mémoire de fin d'études  
DNSEP Strasbourg 2016  
Communication graphique



**It's raining**  
***books***



**It's raining *books***

Marine Bigourie

Mémoire de fin d'études

DNSEP Communication graphique

Tuteur : Jérôme Saint-Loubert Bié

Haute école des arts du Rhin

Strasbourg – 2016



*\* en seconde lecture*



### *Note au lecteur*

Une fine ligne de particules traverse l'ouvrage afin de pouvoir distinguer la partie texte et les notes. Le sens est en effet inversé: le haut d'une page commence sous ce repère, la suite se termine au-dessus.

En réponse à des questions soulevées, cette mise en page est une invitation à une éventuelle découpe du livre\* pour permettre de le remettre à l'endroit.



- 15 . Des standards ? – 155
- 16 . Librairie commune – 159
- 17 . Amateur et amateur – 163

## 18 . Interpénétration des pratiques – 169

- Images annexes – 175
- Bibliographie – 189

Sauf mention contraire, tous les sites Internet ont été consultés pour la dernière fois le 1<sup>er</sup> décembre 2016.

Aussi, pour des raisons d'espace, tous les liens ont été modifiés en versions raccourcies.

## 1 . Introduction – 13

- 2 . L'autoédition populaire – 21
- 3 . Un format poche économique – 31
- 4 . Des machines à relier – 39

- 5 . L'imprimerie Internet – 49
- 6 . Publier, un acte quotidien ? – 59
- 7 . Tout transformer en journal – 67
- 8 . Imprimer pour figer – 77

- 9 . L'ère des tutoriels et des autodidactes – 85
- 10 . Des outils pour tous – 95
- 11 . Compositions jumelles ? – 109

- 12 . Un autre outil pour le graphisme – 127
- 13 . Adaptation et épuisement des formes – 135
- 14 . Un terrain pour l'expérimentation – 143



1. Alessandro Ludovico, *Post-Digital Print. La mutation de l'édition depuis 1894*, Editions B42, Paris, 2016, p.80
2. Grâce à l'impression à la demande, des livres anciens retrouvent le chemin des librairies. *Hachette Livre*, 27 juin 2013. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u4q>>

## 1. Introduction

Si les livres ne tombent pas encore du ciel, ils pleuvent pourtant depuis de nombreux sites Internet. Voici un phénomène récent que nous devons à des plateformes nommées Blurb, Lulu, Books On Demand ou Newspaper Club<sup>1</sup>. Comme de nombreuses passerelles pour la publication, elles sont apparues ces quinze dernières années au même rythme que le déploiement de la technique qu'elles utilisent : l'impression à la demande. Aussi connue sous l'expression anglaise *Print on Demand* (PoD), il s'agit d'une technique numérique permettant à tous d'imprimer un livre en de petites quantités ou en exemplaire unique pour une somme raisonnable.

D'abord très employé par les bibliothèques, comme la Bnf pour son site d'archives Gallica afin de proposer la copie de documents rares sur demande<sup>2</sup>, il s'agit aussi d'un moyen qu'utilise un plus large public, désireux de produire des livres en autoédition. C'est le cas d'étudiants qui empruntent chaque année cet intermédiaire

### *Introduction*

pour imprimer leurs mémoires. La fabrication d'un livre nécessitant des étapes de création, d'impression et de reliure importantes, c'est une solution économique, tant sur le plan monétaire que temporel.

Toutefois, des acteurs dont les pratiques s'éloignent habituellement utilisent ce nouveau livre comme support de création commun. Des amis, dont la profession et les loisirs ne s'orientent a priori pas vers le livre, s'en servent au même titre que de nombreux artistes et graphistes pour l'impression de catalogues ou de livres de photographies. Est-ce à dire que l'impression à la demande ouvre de nouvelles perspectives éditoriales ?

Semblant répondre à des attentes générales, à la fois populaires et professionnelles, ce mode d'impression s'avère soulever de nombreuses questions. D'où peut naître cette envie générale de produire des livres ? Dans quel contexte cela s'inscrit-il ? De quelle manière un novice peut-il réaliser une maquette ? Comment chacun l'utilise-t-il ?

### *Introduction*

Doit-on surtout distinguer une pratique professionnelle d'une pratique amateur ?

Des frontières incertaines que je tenterai de questionner à travers l'analyse de livres imprimés par ce biais. Il s'agira d'abord de retracer quelques modèles historiques pour comprendre l'arrivée de cette technique, puis d'en redéfinir le contexte actuel, à l'heure d'Internet. D'autre part, une comparaison entre les différents usagers sera nécessaire, tant pour les outils et les différents résultats que les attitudes ou les intérêts portés. S'il existe enfin des points où les distinctions semblent moins évidentes, j'essaierai d'en préciser les contours.

[A]

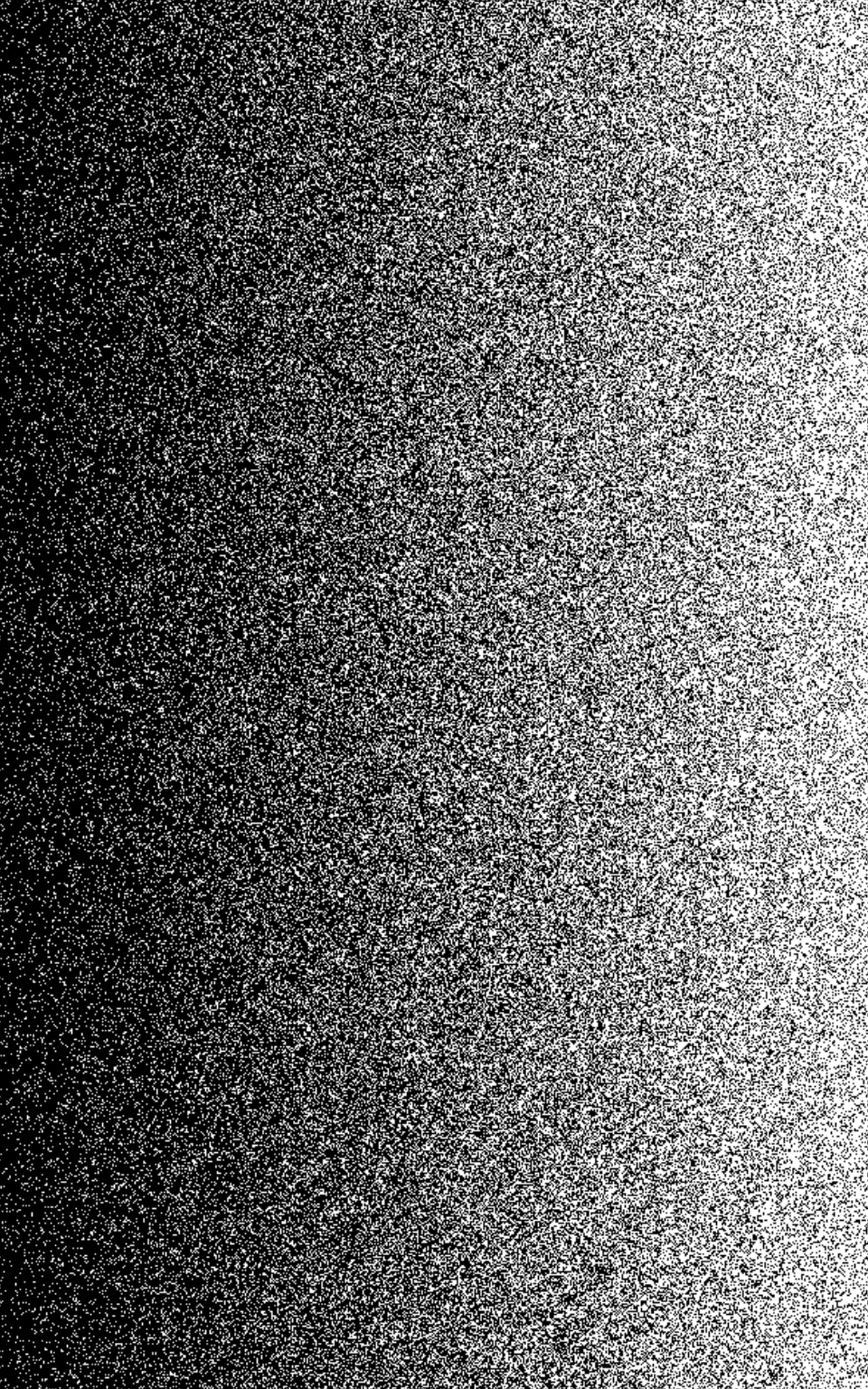


17

[A]



17



machines  
reliure  
agrafes  
Xerox DocuTech  
Espresso Book Machine

## brève genèse du *Print on Demand*

autoédition  
xérogaphie  
reproductibilité  
simplicité  
détournement  
amateur  
*fanzine*

format  
standard  
grand poche  
carré collé  
quantité  
économique

s'auto-éditer,  
de manière économique,  
grâce aux machines à relier

1. Louis Wiart, À qui profite vraiment l'autoédition ? Archives *Ina*, octobre 2016. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4bSt>>
2. L'autoédition n'est pas la seule utilisation permise par l'impression à la demande mais mon étude se concentrera sur cette pratique.
3. Marie-Laure Cahier et Elisabeth Sutton, *Publier son livre à l'ère numérique*, Groupe Eyrolles, Nanterre, 2016
4. Si le terme apparaît plus tard, l'autoédition se pratiquait déjà avant l'invention de ces nouveaux dispositifs mais de façon plus marginale. L'œuvre de William Blake (1757-1827) en est un exemple. En 1789, il imprime, illustre, colorise et publie seul quelques exemplaires de son recueil de poésie *Songs of Innocence*. Un travail minutieux mais surtout ambitieux puisqu'entièrement réalisé à la main : chaque exemplaire est unique. Cette pratique est à distinguer de l'édition à compte d'auteur pour laquelle l'auteur paie l'intégralité des frais d'impression mais dont la partie technique et la diffusion sont assurées par un éditeur.
5. L'invention est mise au point par Chester Carlson en 1938.

## 2. L'autoédition populaire

L'impression à la demande semble devenir un moyen de publication à part entière <sup>1</sup>, bientôt au même titre que l'édition traditionnelle. Afin de comprendre pourquoi cette technologie entraîne une tendance autoéditoriale <sup>2</sup>, je me suis penchée sur ses débuts.

S'il s'agit d'un procédé qui prétend libérer les auteurs de certaines contraintes de l'édition traditionnelle <sup>3</sup>, l'émancipation n'est pas née d'aujourd'hui. Dès les années 1960, la reproduction de documents est rendue plus facile par le perfectionnement des machines. On assiste à des améliorations des capacités dans le monde de l'imprimé, si bien que le grand public s'en empare à des fins personnelles. Un nouveau phénomène se développe alors : celui de l'autoédition <sup>4</sup>.

En effet, cette tendance a très vite été popularisée dès la naissance de la xérophotographie (ou électrophotographie <sup>5</sup>), une technique d'impression électrostatique qui produit

6. L'expression est utilisée dans une campagne publicitaire de la marque Xerox en 1985 | *Xerox les pub 620*. Youtube. octobre 2012. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4ufY>>
7. « *It's a miracle !* », Accroche publicitaire de 1979 pour le modèle 9200.
8. Marie-Pierre Laffitte et Charlotte Denoël, Trésors carolingiens, Livres manuscrits de Charlemagne à Charles le Chauve. *Bibliothèque nationale de France*, 2007. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u12>>

IT'S A MIRACLE

### *L'autoédition populaire*

des images en exploitant les interactions de la lumière avec l'électricité. C'est un progrès d'abord utilisé et connu pour améliorer les conditions de travail en entreprise, comme un « secrétaire des secrétaires <sup>6</sup> » apportant une aide révolutionnaire pour la recopie de documents.

La facilité de cet usage est montré de manière humoristique dans les campagnes publicitaires de la marque Xerox, en 1975, lorsqu'un moine utilise ce nouveau « *miracle !* <sup>7</sup> » pour dupliquer des manuscrits. L'allégorie nous renvoie à l'histoire des livres avant l'invention de l'imprimerie : leurs transmission n'existait que par recopies manuscrites <sup>8</sup>, un travail de longue haleine mené par des copistes religieux. L'homme n'ayant a priori, aucune connaissance mécanique, il incarne également un novice qui découvre un outil de reproduction sériel simplifié : il se saisit aisément de ce progrès.

Toutefois, si les machines sont présentées pour alléger le travail en bureautique ou pour permettre aux étudiants de photocopier certains passages de livres en bibliothèque,

### *L'autoédition populaire*

elles séduisent aussi de nombreux créatifs. L'usage premier en est rapidement détourné pour composer des livrets personnels. La technique pouvait servir à dupliquer des copies administratives mais permettait autant de reproduire des compositions singulières. L'accroissement de l'autoédition résulte en fait de cette application marginale : la technique est détournée au service de la création.

Avec cette méthode, les étapes de la préparation à l'impression d'un livre sont réduites et ne nécessitent plus un savoir-faire spécifique. Contrairement à la gravure, la lithographie ou le tirage photographique, qui requièrent des connaissances pratiques et chimiques, les premiers photocopieurs sont simples d'utilisation. La duplication ne se fait donc plus manuellement, la main se trouve déchargée de tâches importantes.

Pour expliquer cette réduction, Walter Benjamin cite une phrase très parlante de Paul Valéry : « Comme l'eau, comme le gaz, comme le courant électrique viennent de loin dans nos demeures répondre à nos besoins moyennant un effort



9. Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Editions Allia, Paris, 2012, p.17

10. Le format se limite à celui d'une feuille A4 (210 x 297 mm ou 8,5 x 11,0 po, l'équivalent du format A4 aux USA). Une machine de reprographie actuelle peut atteindre le format SRA3 (320 x 450 mm ou 12.6 x 17.7 in) mais il n'excèdera pas ces mesures.

### *L'autoédition populaire*

quasi nul, ainsi serons-nous alimentés d'images visuelles ou auditives, naissant et s'évanouissant au moindre geste, presque à un signe<sup>9</sup> ». Avec la reprographie, le papier perd en qualité, les formats sont normalisés<sup>10</sup> et il suffit d'enclencher un bouton. Un geste simple qui permet à tout un chacun de multiplier les pages souhaitées.

Xerox a donc offert un nouvel outil pour les auteurs. L'autoédition s'est ainsi développée de manière concomitante à ce progrès et continue de nos jours.

À travers cette pratique, il est donc important de souligner que l'auteur édite son livre en autonomie, sans l'intervention d'un éditeur, d'un imprimeur ou d'un graphiste. Il maîtrise l'ensemble du processus et n'est plus seulement désigné comme auteur ; la forme de l'ouvrage est modelée par ses soins. Il met en page, éventuellement imprime et diffuse seul son travail : l'entière réalisation, du contenu à la couverture, lui est ainsi due. Il arrive parfois qu'un auteur confie une partie du travail à une personne extérieure ou une entreprise offrant des

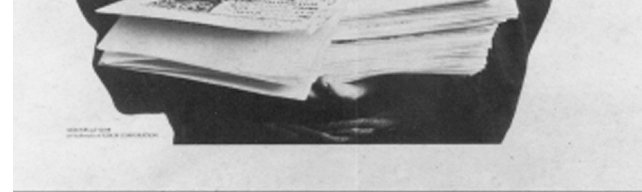
11. En bande-dessinée par exemple, lorsqu'un auteur travaille seul et qu'il réalise toute la création, il est un auteur dit complet. |Auteur de bande dessinée. [Wikipedia.fr](http://Wikipedia.fr)

### *L'autoédition populaire*

services d'aide à la publication ; c'est le cas pour l'impression à la demande. En déléguant quelques étapes à un tiers, l'auteur ignorant peut aboutir au résultat souhaité, il n'en demeure pas moins autoédité.

Étant à la fois auteur, graphiste, correcteur, imprimeur, éditeur ou encore diffuseur, l'auteur d'aujourd'hui, que l'on pourrait qualifier de complet<sup>11</sup>, peut incarner tous ces rôles, avec ou sans connaissance particulière : un grand espace de liberté lui est offert.

Peut-être sont-ce là des raisons qui conduisent davantage un auteur à choisir l'impression à la demande : la simplicité d'accès et la possibilité de maîtriser l'ensemble de sa production.



Frère Dominic représente le visage de Xerox dans une publicité de 1979 pour le modèle 9200.

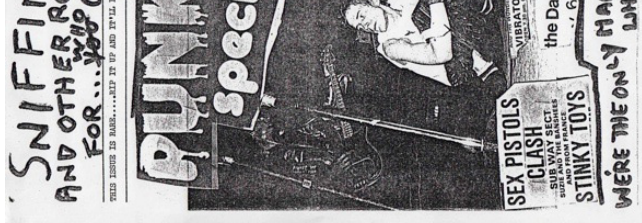
## See a miraculous demonstration.

The Xerox 9200 Duplicating System has to be seen to be believed. And now, you can see it and Brother Dominic in person this Friday, December 3, in Portland. Call Dick Loffelmacher at (503) 221-1850 to make your reservation.

After you see the 9200 automatically feed, cycle, reduce and sort a virtually limitless number of complete reports at the incredible speed of 2 pages a second, we think you'll agree, "It's a miracle."

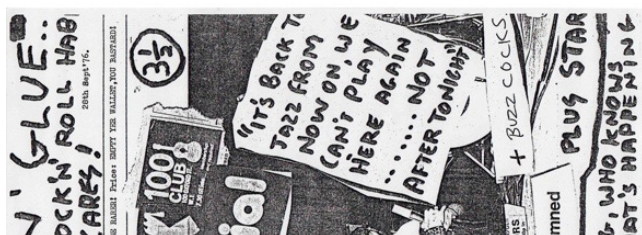
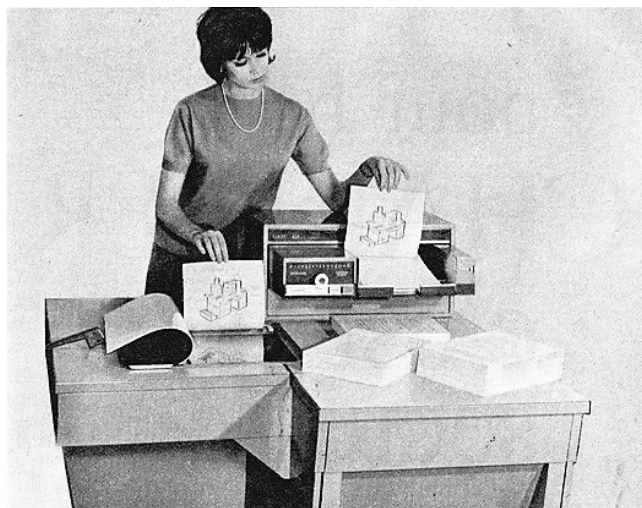
**XEROX**





Publicité pour la Xerox 914, 1962

Mark Perry, Fanzine *Sniffin' Glue*, Londres, juillet 1976.



12. Accroche publicitaire lisible depuis la page d'accueil du site Lulu. *Lulu.fr*

13. Teal Triggs, *Fanzines. La révolution du DIY*,

Editions Pyramyd, Paris, 2010, p. 10

14. *Do it Yourself* ou « Faites-le vous-même », un slogan de Jerry Rubin repris par le mouvement punk en 1977. | op.cit., p. 7

15. Teal Triggs, op.cit.

## « Votre livre, à votre manière <sup>12</sup> »

Une certaine forme d'autarcie que l'on pourrait enfin rapprocher d'un type de publication propice à la xérographie : le *fanzine*, une « publication à petits tirages, non professionnelle et non commerciale, de format A4, photocopiée et agrafée <sup>13</sup>. ». C'est en quelque sorte un journal publié sous l'égide du *Do it Yourself* <sup>14</sup> : une forme pauvre au contenu libre dont la définition pourrait presque convenir pour l'impression sur demande.

Né d'une culture dite « alternative », le *fanzine* s'est très vite répandu dans la sphère publique <sup>15</sup>. Le photocopieur permettant de réaliser son fascicule à moindre frais, son usage entraîne un affranchissement des règles graphiques, et encourage encore le lecteur à créer son propre objet.

L'engouement d'un auteur pour une pratique telle, en impression à la demande, pourrait être en partie motivée par cette liberté de création. C'est un terrain qui ouvre les portes des perspectives éditoriales en conférant une certaine

16. Teal Triggs, op.cit., p.206  
 17. Samuel Etienne, « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative. Revue *Volume*, 2003. Disponible sur : < <http://urlz.fr/4u2o> >  
 18. Yvonne Johannot, *Quand le livre devient poche*, Presses universitaires de Grenoble (PUG), 1978, p.37

dimension artistique au livre. Le développement de techniques de plus en plus novatrices a peut-être « freiné le processus » d'expérimentation, comme le dit Teal Triggs<sup>16</sup>, et d'une certaine façon l'esthétique « bricolée » du fanzine ; mais il me semble que quelques grands points communs demeurent, parmi lesquels une entière liberté dans les choix de mise en page, de couleurs et de contenu – comme « un laboratoire, un banc d'essai permanent<sup>17</sup> » – le choix d'un public aussi.

L'impression à la demande ne requiert aucune intervention manuelle mais en résulte toujours un objet conçu dans son intégralité avec des machines. Un objet que l'on dit « fini » cependant, un objet propre dont « le contenant valorise le contenu<sup>18</sup> », distribuable et ressemblant aux livres que l'on trouve dans les rayons d'une librairie. Le résultat imprimé est semblable à une édition commerciale.

1. À partir de 500 exemplaires environ, l'impression en offset devient généralement rentable.

### 3. Un format poche économique

Quiconque peut imprimer son livre facilement et librement. Le *Print on Demand* est un mode d'impression moderne qui paraît donc, de prime abord, idéal pour un projet d'autoédition, mais cela semble autant se présenter comme un réel modèle économique. Sur quel(s) modèle(s) existants se fonde(nt) alors cette économie du livre ?

Tout d'abord, si je souhaite imprimer un livre en un seul exemplaire ou en de très petites quantités, cela induit un coût excessif en impression traditionnelle. Il n'est donc pas rentable d'imprimer des exemplaires uniques en utilisant une technique plus classique comme celle de l'offset<sup>1</sup>.

Si les sites qui offrent aujourd'hui ces services à bas coûts suggèrent différentes formes de livres pour plaire au plus grand nombre, je me suis intéressée au format le moins cher que l'on le retrouve chez plusieurs concurrents.

2. Yvonne Johannot, op.cit, p.10

3. Une littérature à l'initiative de deux familles d'imprimeurs, les Oudot et les Garniers. Ils tendent à multiplier les copies de romans de chevalerie, de prophétie, de guides pratiques ou d'écrits divertissants. Leur bas prix s'explique par les formes simples de brochures et livrets bon marché qu'ils empruntent mais aussi par le réemploi des bois d'impression. Ce sont de modestes objets, éphémères et de petite taille, recouverts le plus souvent d'un papier bleu recyclé, d'où leur appellation. La reliure n'existe pas toujours, et lorsqu'elle existe elle n'est composée que de deux agrafes. Ils ont offert un abord raisonnable à la lecture et aux images pour une plus grande partie de la population, et cela grâce au mode de circulation choisi. On les retrouvait en effet en vente aux cous des colporteurs, des vendeurs ambulants.

Jean-Yves Mollier, *Une autre histoire de l'édition française*, Editions La fabrique, Paris, 2016, p.69-75 | Elisabeth Parinet, *Une histoire de l'édition à l'époque contemporaine, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle*, Editions du Seuil, Paris, 2004, p. 119-124

### *Un format poche économique*

Il s'agit d'un petit format dit grand poche, d'environ 13x20 cm. Ses pages sont assemblées et maintenues par une simple bande de colle ; autrement dit, c'est un ouvrage assemblé par dos carré collé, il n'emploie pas de reliure artisanale coûteuse. Le tout est revêtu d'une couverture souple à laquelle est automatiquement ajouté un pelliculage brillant, une finition par film plastique qui vise à protéger l'ouvrage plus longtemps. Son coût avoisine enfin les quatre euros, pour un livre contenant cent pages imprimées en noir et blanc (le choix du papier pouvant réduire considérablement le coût de l'objet final).

En raison de ces modestes matériaux, c'est une fabrication peu coûteuse et très demandée qui m'évoque un archétype : *le-petit-livre-bon marché*<sup>2</sup>.

L'idée du livre peu coûteux remonte au XVII<sup>e</sup> siècle avec par exemple, la distribution de la Bibliothèque bleue – de petites brochures nomades de littérature populaire<sup>3</sup> qui circulaient en France –, mais je souhaite évoquer un modèle plus récent, celui du livre de poche. Aussi qualifié

4. Yvonne Johannot, op.cit, p.16, 47, 48

5. Ibid, p.155

6. Elisabeth Parinet, op.cit., p.404-412 | Jean-Yves Mollier, op.cit., 346-347

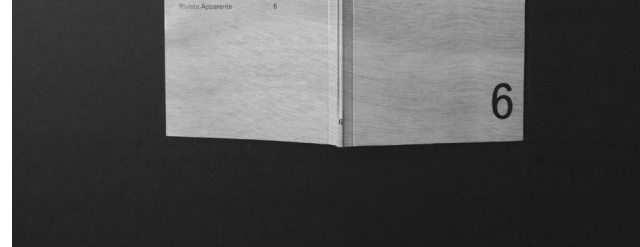
7. Le magazine Historia retrace l'histoire du Livre de Poche dans un article savoureux. Editions *Le livre de poche*, janvier 2013 < <http://urlz.fr/4u2P> >

8. L'héritage du format poche est d'abord du à la famille Elzevier, au XVII<sup>e</sup> siècle en Hollande. Ces derniers proposent un petit format utilisant moins de papier ; les livres sont ainsi moins coûteux. Cependant les éditions restent de très belle qualité avec des reliures traditionnelles cousues. Je fais l'impasse sur ce passage car c'est véritablement l'édition bon marché, en France, qui m'intéresse. | Yvonne Johannot, op.cit, p.59

### *Un format poche économique*

de « petit-livre-pas-cher<sup>4</sup> », le poche est basé sur une économie de production. Il me semble être un modèle emblématique car il induit un papier de qualité moyenne et une reliure plus fragile (surtout, mais pas que, le type d'impression compte évidemment), tout en « minimisant la place qu'il occupe, dans l'espace<sup>5</sup> ». Le livre imprimé à la demande en a la même apparence.

Si c'est à Henri Filipacchi que l'on attribue le plus souvent son développement en France<sup>6</sup>, le petit format doit aussi son succès à sa forme fonctionnelle, celle d'un livre que l'on peut aisément glisser dans sa poche. La légende raconte que l'idée de cette taille lui serait venue en remarquant un soldat américain sortir d'une librairie parisienne<sup>7</sup>. Pour le glisser dans la poche de son blouson, l'homme aurait déchiré son livre en deux. Une image forte, bien que légendaire puisque le format existait déjà depuis trois siècles<sup>8</sup>. Toutefois, l'idée sera reprise pour l'appellation de ce modèle puisqu'en 1953, sa grande collection *Le Livre de poche*, à petit prix, s'immisce officiellement dans les vestes des français.



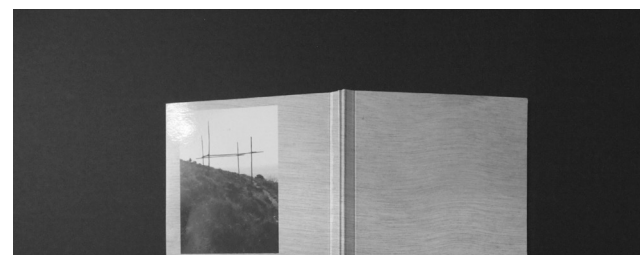
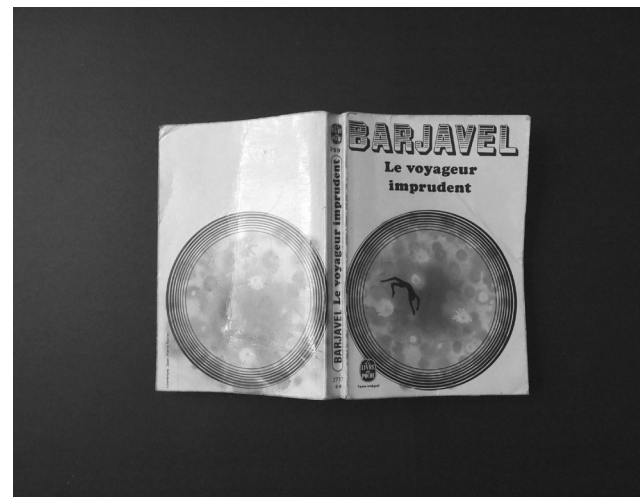
René Barjavel, *Le voyageur imprudent*, 1970. Un exemplaire imprimé par les éditions Le livre de poche. Livre à couverture souple (composée par Jean Pierre Rosier) en dos carré collé. Fini brillant, 11 × 16,5 cm, Intérieur noir et blanc, 318 pages imprimées.

Modèle de livre économique « Digest » imprimé par l'entreprise Lulu. Livre à couverture souple en dos carré collé. Fini brillant, 13,97 × 21,59 cm, Intérieur noir et blanc, 100 pages imprimées.

### *Un format poche économique*

En comparant maintenant un exemplaire avec un livre imprimé sur Blurb, le livre de poche semble en être le parent, la seule différence reposant dans le nombre de tirages produits. Nous avons d'une part une grande distribution – permettant l'amortissement d'une impression en très large quantité – et de l'autre, une économie reposant cette fois dans la possibilité de n'imprimer qu'un seul volume. Tandis qu'en 1953, la forme et la quantité permettent de vendre un livre à petit prix, le cheminement fonctionne aujourd'hui de manière inverse : le lecteur (ou l'auteur) paye d'abord son volume avant qu'il ne soit imprimé. La production se veut inversée mais les objets se partagent des caractéristiques communes. Hormis le nombre, toutes s'y retrouvent en paire : format, papier, reliure et couverture.

Les livres de poche d'hier et d'aujourd'hui sont des livres bons marchés ; l'objet pratique et rentable l'emporte sur la qualité. Mais alors comment fonctionne cette technologie, pour permettre d'imprimer des livres peu coûteux en de si petites quantités ?



## Court-circuiter la chaîne

D'abord parce qu'il s'agit d'autoédition, un auteur réalise la plus grande partie du travail seul. Toutefois, afin de réduire considérablement le temps et les coûts de fabrication pour de petites quantités, des machines autonomes sont utilisées.

Le procédé complet est en effet pensé pour que l'auteur ne dépende d'aucune véritable aide professionnelle pour produire son ouvrage. De la maquette à la réception, il s'accompagne de machines et d'outils numériques, redéfinissant alors toute la chaîne graphique habituelle. Pour réaliser son objectif, cela se fait au détriment de plusieurs maillons du métier, court-circuitant de ce fait tout un processus de préparation et de vérification, de création et de réalisation.

Comme l'explique Eric Hazan, dans la chaîne traditionnelle, avant de fabriquer un livre, «il faut trouver une identité graphique [...] choisir un imprimeur [et] trouver

9. Eric Hazan, *Pour aboutir à un livre*, Editions La fabrique, Paris, p.24-25  
 10. André Gunthert, Qu'est-ce qu'un livre ? *L'image sociale*, avril 2016. Disponible sur : < <http://urlz.fr/4u2i>>  
 11. Laurent Martinet, « François Bon : "On n'a même plus besoin du terme 'livre' » ». *L'Express*, mars 2011. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u1d>>

un diffuseur-distributeur<sup>9</sup>». Toute une organisation qui « dévoile un système organique qui relie producteurs culturels et médiateurs spécialisés, profondément interdépendants<sup>10</sup> ».

Dans le cas de l'impression à la demande disparaissent alors l'éditeur, le graphiste, l'imprimeur et de nombreux autres acteurs comme ceux cités, indispensables au cycle traditionnel du livre. Il faudrait peut-être, comme le soulève François Bon, « se déshabituer de l'expression "chaîne" du livre<sup>11</sup>. » L'impression à la demande se présente ainsi comme un imprimeur virtuel, le livre circulant directement de l'auteur au lecteur.

1. Un bref historique est disponible sur le site de l'entreprise Xerox. Bill Micahel, Celebrating 25 Years of Xerox DocuTech... Blog *xerox*, octobre 2015. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u3c>>  
 2. Une vidéo montrant le fonctionnement de la machine est visible depuis la source qui suit. *The espresso book machine*, Youtube, mai 2008. Disponible sur : < <http://urlz.fr/4ugl>>

#### 4. Des machines à relier

Si l'on doit à Xerox cette grande période de popularisation de la photocopie, il en est de même pour l'invention du *Print on Demand*. En 1990, l'entreprise développe un nouvel emblème de l'imprimé, une Xerox DocuTech ayant la capacité de stocker et d'éditer des documents pour une récupération ultérieure<sup>1</sup>.

En combinant plusieurs étapes du processus d'impression, de la préparation à l'emploi à la reliure, l'innovation permet une impression à moindre coût : la machine est autosuffisante. C'est la première imprimante capable de relier un livre au moyen d'agrafes, de spirales ou de bandes thermocollées, sans nécessiter d'intervention manuelle.

Sur ce même modèle, les technologies se perfectionnent et s'intègrent à d'autres pour donner de nouveaux usages. L'enseigne propose désormais un mode plus sophistiqué : l'Espresso Book Machine<sup>2</sup> (EBM). Six sont actuellement disponibles en France, en bibliothèques, en lycées



### *Des machines à relier*

professionnels et en librairies. La « librairie du futur<sup>3</sup> », celle des Presses Universitaires de France à Paris, en a fait l'acquisition pour la réouverture de ses portes en 2016. Je suis allée la visiter pour découvrir l'objet, en comprendre le mécanisme et ses atouts.

L'Espresso Book Machine est en fait une machine à relier, et uniquement à relier, greffée sur deux autres modèles plus habituels. Une petite imprimante Epson jet d'encre, comme on peut en avoir chez soi, se charge d'imprimer la couverture en quadrichromie sur un papier photo. Pendant ce temps, le contenu du livre sort d'une autre machine Xerox, en l'occurrence en noir et blanc et sur un papier ordinaire, au rythme de 400 pages recto-verso environ à la minute. Puis l'ensemble est avalé par l'Espresso Book Machine dont les façades, entièrement transparentes, me permettaient de suivre le processus. Les feuilles sont reliées et massicotées sans aucune intervention humaine ; pour y parvenir tous les mouvements ont été décomposés, simplifiés et reconduits sur la machine.

### *Des machines à relier*

En s'équipant d'un mécanisme de reliure et de rognage, ces machines ne nécessitent donc pas (ou très peu) de manipulations, d'expertise et de savoir-faire. Ce sont des imprimantes numériques adaptées pour l'impression en de petites quantités, le prix unitaire est moins coûteux car la fabrication n'est pas soumise aux mêmes contraintes matérielles et temporelles qu'en impression traditionnelle<sup>4</sup>. Si le prix d'un ouvrage reste tout de même plus élevé que son coût de fabrication, il n'est pas calculé en fonction du taux d'encre utilisée, cela reste donc moins coûteux pour un projet autoédité.

Lorsqu'une commande est passée sur l'un des sites mentionnés, l'impression se fait le plus souvent sur ce type de machine et en fonction de l'imprimeur le plus proche<sup>5</sup>.



Xerox DocuTech, 1990  
Espresso Book Machine, La librairie des puf, Paris, 2016



[B]

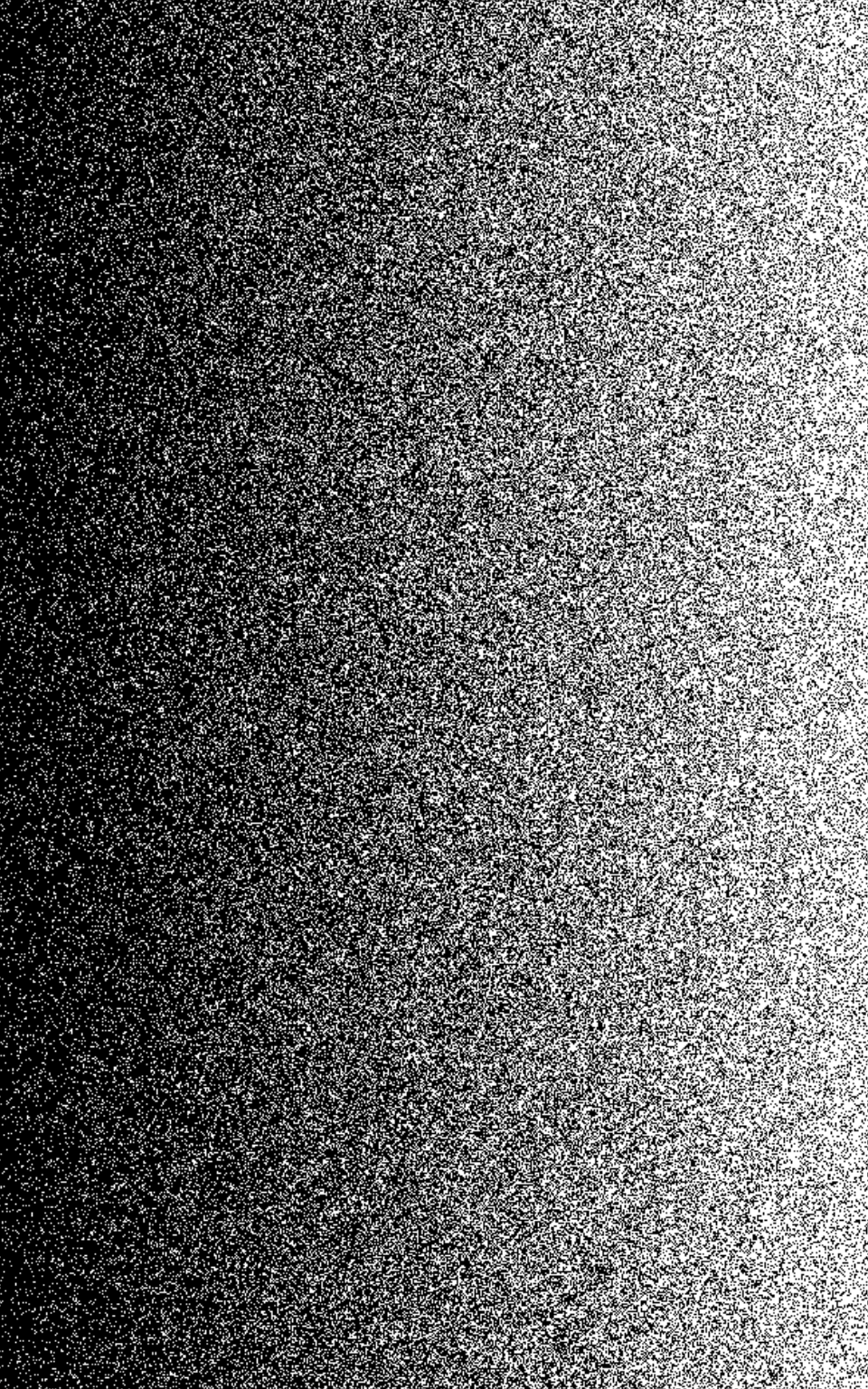
[B]



45



45



matérialité

47

figer  
se souvenir  
conserver  
trace

intermédiaire  
chaîne  
raccourci

## pratiques éditoriales à l'heure d'Internet

Internet  
distance  
personnaliser  
web to print  
ISBN

publier  
vocabulaire  
éditorial  
réseaux  
blog

imprimer  
Internet  
forme

Des livres instantanés,  
imprimés pour figer

47

1. Le premier *eBook* est né en 1970 : Michael Hart, étudiant à l'université de l'Illinois, recopie la déclaration d'indépendance des Etats-Unis sur un ordinateur de la fac. En fondant le projet Gutenberg, du nom du créateur de l'imprimerie, il crée le premier *eBook* accessible en réseau. | La révolution numérique, Archives *Ina*, janvier 2013. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u3A>>
2. L'Espresso Book Machine fonctionne toujours selon les mêmes critères. La sélection se fait d'abord sur une librairie en ligne, parmi un large catalogue d'environ 5000 livres que l'on feuillette sur place au moyen d'une tablette ou d'un ordinateur depuis chez soi. Une fois l'ouvrage choisi, le libraire se connecte à une base de données, télécharge les fichiers et les renvoie d'emblée pour impression sur la machine.
3. Françoise Benhamou, *Le livre à l'heure numérique*, Editions du Seuil, Paris 2014, p.108
4. Dans cette nouvelle, le livre est présenté comme un ouvrage sacré contenant tous les livres existants : le contenu des pages se renouvelle sans cesse. | Jorge Luis Borges, *Le livre de sable*, Editions Gallimard, Paris, 2001, p.137-144

## 5. L'imprimerie Internet

La possibilité de faire imprimer son manuscrit, de manière plus ou moins professionnelle, se fait par le biais d'un site Internet. La première gamme de produits Xerox dont nous parlions plus haut acceptait en effet de recevoir des images électroniques de documents, à partir d'ordinateurs distants, puis de les stocker pour permettre l'édition ou le partage sur des réseaux informatiques.

Aujourd'hui, les livres sont essentiellement composés et mis en page sur ordinateur – à la manière du premier eBook<sup>1</sup> – sinon toujours numérisés, avant de pouvoir en produire un double<sup>2</sup>. « Dans cette configuration, le papier devient le dérivé du numérique<sup>3</sup> », comme un élément secondaire à l'ordinateur. De nombreuses caractéristiques sont alors empruntées à l'écran.

A l'image du Livre des livres de Borges<sup>4</sup>, dont les pages demeurent infinies, le nombre de version d'un même livre devient possiblement illimité. Avec cette méthode, il

### *L'imprimerie Internet*

est en effet permis de modifier sa maquette entre chaque nouvelle impression, chose en principe infaisable dans la chaîne traditionnelle. À tout moment, le livre peut être rafraîchi, comme pour afficher une page web dans sa version la plus récente. Nous pourrions parler d'une imprimerie à distance et de livres modifiables à souhait, mais une question ressort : s'il est possible de modifier le contenu d'un ouvrage (au sens traditionnel) avant chaque nouvelle sortie, peut-on toujours parler de livre ?

Ce qui caractérise un *codex*, ce sont avant tout ses pages reliées les unes aux autres en un volume clôturé. Habituellement, lorsqu'un livre est fabriqué il ne peut plus être modifié, ni dans sa forme, ni dans son contenu. Chaque exemplaire appartient à une série dont toutes les versions incluent un même élément : l'œuvre de l'auteur. Il reste possible de publier des ré-impressions et des rééditions afin d'apporter des corrections, des ajouts ou des modifications – mais la maquette ne sera revue qu'à l'occasion du prochain grand tirage ; autrement dit, lorsque tous les stocks seront écoulés.

5. De plus, pour qu'un livre soit considéré comme tel d'un point de vue fiscal, il doit être tiré à au moins 50 exemplaires et bénéficier du taux de TVA réduit de 5,5%.

6. Laurent Martinet, *L'Express*, op.cit.

7. Ibid., «François Bon : quelque part, on n'a même plus besoin du terme "livre" – un livre imprimé aujourd'hui, et chez tout le monde, c'est d'ailleurs d'abord un mini-site web»

### *L'imprimerie Internet*

À cela s'ajoute aussi la question de l'ISBN. L'impression à la demande suggère d'en ajouter un gratuitement à chaque téléchargement de maquette. Or traditionnellement, c'est un critère qui officialise la publication d'un livre. Son code vise à simplifier la gestion informatique de tous les intervenants de la chaîne du livre, comme une marque identitaire unique et finale avant sa distribution. Cependant, puisque la chaîne éditoriale est rompue et qu'il s'agit, pour beaucoup, de livres uniques imprimés dans un cadre personnel, à qui sert-il ? Peut-on dire qu'un livre unique, imprimé par ce biais, correspond toujours à un livre à proprement parler<sup>5</sup> ?

S'il ne s'agit pas ici d'un livre d'artiste à caractère unique, il reste un volume, un imprimé qui conserve peut-être l'apparence d'un livre mais dont quelques caractéristiques nouvelles en bouleversent la définition. Pour François Bon, ce terme ne conviendrait plus à nos pratiques actuelles. En existant d'abord à travers un « mini-site web<sup>6</sup> » et non un imprimé, un livre n'aurait plus besoin d'être nommé comme tel<sup>7</sup>.

8. Web-to-print. *Prepressure.com*
9. Alessandro Ludovico, op.cit., p.84
10. Personnalisation de masse. *Wikipedia.fr*
11. Citations extraites d'un article de presse d'Emily King, Syndicat et Matthieu Laurette présentent MATTHIEU... *Centre international du graphisme*, 2015. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u44>>
12. Ibid.

Parmi les objets à personnaliser, inscrits dans une démarche de *web-to-print*, nous retrouvons le livre au même titre que de nombreux accessoires vestimentaires ou décoratifs. | Images recueillies sur [spreadshirt.fr](http://spreadshirt.fr) et [monalmbumphoto.fr](http://monalmbumphoto.fr)

### *L'imprimerie Internet*

Enfin, l'impression à la demande est un procédé que l'on qualifie de *web-to-print*<sup>8</sup>, ou de *web-to-POD*<sup>9</sup>. L'expression dérive, ici encore, de cette idée d'Internet imprimé: le cycle se fait du web au papier. Elle se définit comme un système permettant au consommateur de commander une création par le biais d'une connexion Internet, et ce pour de nombreuses déclinaisons incluant des cartes de visite et des livres photos comme de nombreux objets en tout genre. L'idée véhiculée souligne la possibilité de déposer une marque sur chaque objet du monde.

Le livre s'inscrit aujourd'hui dans une « personnalisation de masse<sup>10</sup> ».

C'est une configuration interrogée dans une exposition (page suivante) donnant à voir l'édition d'objets marketing en tout genre. Parapluie, tongs, skateboard ou cierges, c'est autant de supports possiblement singularisables qui interrogent « la place et l'action de l'individu<sup>11</sup> ». Dans ce cycle, « internet se substitue à l'imprimeur et l'internaute devient son propre graphiste<sup>12</sup> », questionnant alors les outils donnés au consommateur.





Matthieu Laurette & Syndicat (François Havegeer, Sacha Léopold), *Matthieu* (détail), dans « Taylor, Matthieu et Ricardo », Chaumont design graphique 26<sup>e</sup> édition, 2015. Photographie : Aurélien Mole





*Blank on demand* se compose de deux volumes, correspondant aux dimensions, aux nombres de pages et aux prix maximaux et minimaux, disponibles pour l'impression via le site Lulu. Les deux volumes sont entièrement vides (sans contenu), à l'exception de la présence du code ISBN : une marque unique qui tend à questionner le rôle de cet élément dans une chaîne d'impression où les quantités peuvent être réduites à un seul exemplaire.

Silvio Lorusso et Giulia Ciliberto, *Blank on Demand*, hardcover volume, 2012, 15.2×22.9cm, 740 pages, 999,999.99 €, imprimé sur Lulu.com

*Blank on demand* se compose de deux volumes, correspondant aux dimensions, aux nombres de pages et aux prix maximaux et minimaux, disponibles pour l'impression via le site Lulu. Les deux volumes sont entièrement vides (sans contenu), à l'exception de la présence du code ISBN : une marque unique qui tend à questionner le rôle de cet élément dans une chaîne d'impression où les quantités peuvent être réduites à un seul exemplaire.



## 6. Publier, un acte quotidien ?

D'autre part, l'impression à la demande s'inscrit dans un contexte où les réseaux sociaux sont devenus un canal important pour la communication et l'expression. Sur ces derniers, il n'est pas rare de retrouver un vocabulaire propre à l'édition, comme un héritage que l'on retrouvait déjà sur le blog. Au vu des exemples qui vont suivre, je me questionne sur leur rôle : leur utilisation motiverait-elle le désir de publier un livre ?

Le blog est un type de publication numérique empruntant la forme d'un périodique, dans son contenu et son apparence. Il est en effet pensé pour partager régulièrement des informations personnelles de n'importe quelle nature ; des anecdotes, des passions ou divers événements vécus. À l'image parfois d'un journal intime, il témoigne d'une écriture très personnelle. C'est un espace d'expression pouvant traiter de tous sujets, mimant la une d'un journal le plus souvent tenu par des amateurs ou par des fans<sup>1</sup>. Il est intéressant de remarquer les

### *Publier, un acte quotidien ?*

structures de ces sites : fréquemment, c'est une colonne principale pour le texte, des images insérées mais aussi des titres, une datation et une signature pour chaque article ou *post*. Les mises en pages reprennent et copient schématiquement les compositions de l'imprimé traditionnel ; à la seule différence que l'on visualise un défilé continu et personnalisable à souhait. De ce point de vue, l'impression à la demande semble se situer à la croisée du blog et du livre. Sur le principe d'une publication numérique, on y accède gratuitement et le contenu reste modifiable avant chaque nouvelle « publication ».

Quant au lexique, propre à la création graphique, j'observe qu'il reparaît fréquemment sur nos écrans sous les appellations de Page web, Editer, Nouvelles publications Album ou encore Couverture etc<sup>2</sup>. D'autres, plus spécifiques aux logiciels de graphisme, comme Insérer ou Image d'arrière plan, s'y glissent aussi.

On y retrouve bien sûr l'habituel *Publier*, pour écrire une information et poster un statut, mais publier, qu'est-ce

### *Publier, un acte quotidien ?*

aujourd'hui? Le mot se définit par le fait de rendre public<sup>3</sup>, en principe par affichage ou par impression. Hormis cette finalité, le terme reste utilisé pour donner à lire ouvertement des informations.

Autrement dit, nous avons là un langage codifié qui fait écho à ces modèles éditoriaux. Par ce geste quotidien – un simple clic – publier est devenu un mot commun. Avec l'utilisation des réseaux comme moyen de transmission public, nous pouvons parler d'une pratique éditoriale courante.

Ce vocabulaire de publication est donc omniprésent sur Internet. J'y observe une forme d'accoutumance qui, peut-être, influence l'envie d'imprimer un contenu numérique. Si tenir en main son historique Facebook, entièrement relié, est aujourd'hui possible, c'est l'une des nouveautés qui me permet de soutenir cette idée. Désormais les réseaux s'impriment depuis les services à la demande. Le fait de posséder l'intégralité de ses *tweets* ou de ses images Instagram en un livre souvenir pour les

4. C'est un argument employé par de nombreux site d'impression à la demande comme My Social Book, spécialisé dans le tirage de livres Instagram et Facebook, *mysocialbook.com*
5. François Bon, *après le livre*, Editions du Seuil, Paris, 2011, p.84
6. J'emprunte ici l'expression de « livre instantané » à la plateforme Blurb qui propose, elle aussi, d'imprimer le contenu de son réseau social. Visible depuis: [www.blurb.fr/instagram-facebook-books](http://www.blurb.fr/instagram-facebook-books)
7. Thibault Brevet, *Grand Central*, ECAL, Suisse, 2013. | Un aperçu du projet est disponible à l'adresse qui suit : <https://vimeo.com/45618302>
8. À la différence d'un *volumen*, un *rotulus* se déroule et se lit de manière verticale. | Georges Jean, *Du volumen au codex*. Site pédagogique de la Bibliothèque nationale de France, Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u13>>

Créer une Page

Publier automatiquement

Publier

Publier sur

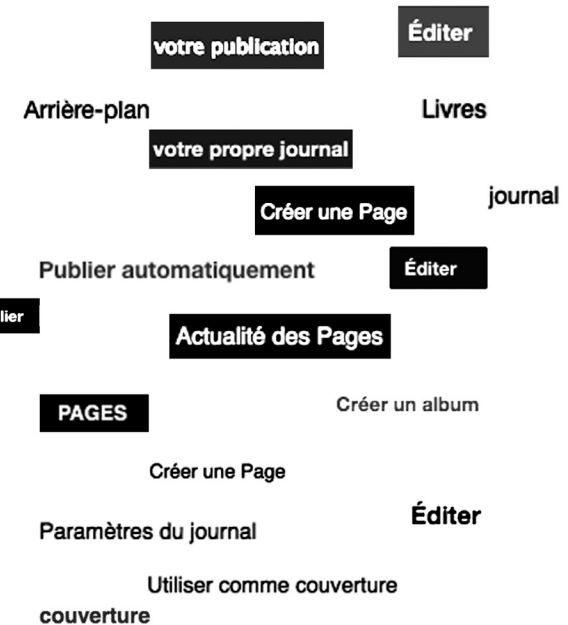
Exemples d'un vocabulaire éditorial, récupérés principalement sur les réseaux sociaux Facebook, Instagram ou Twitter. 2016

### *Publier, un acte quotidien ?*

conserver<sup>4</sup> ou les archiver, séduit beaucoup d'amateurs. À travers cette « ré-éditorialisation des flux<sup>5</sup> », le phénomène souligne une envie, celle de créer un livre « instantané<sup>6</sup> » à l'image d'un album photo qui se serait adapté à nos pratiques numériques.

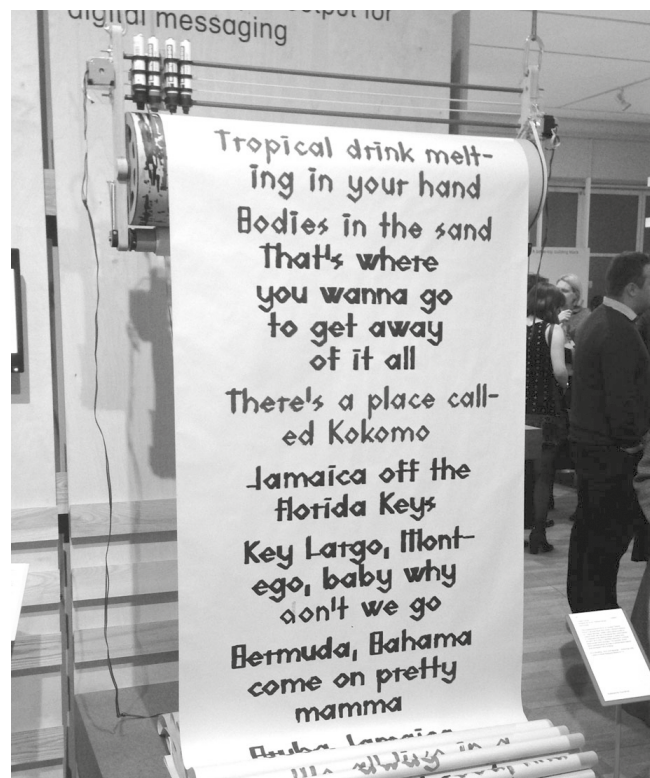
Il s'agit donc de publications numériques à la minute, pour des livres à la demande.

Pour illustrer cette idée, une réalisation de Thibault Brevet pourrait être un bon exemple. Avec son projet *Grand Central*<sup>7</sup>, il interroge la relation entre les réseaux virtuels et le monde réel, celui du papier. Nous assistons à l'impression, en temps-réel, d'un flux de messages laissés sur une page web, à la manière d'un livre d'or ou de courts statuts comme on en lit sur Twitter. L'image d'une longue page déroulante justifie mieux cette idée qu'un volume clos, sa forme correspondant aux principes de lecture d'une page Internet. Nous pourrions donc ici parler d'un *rotulus*<sup>8</sup>, un livre enroulé à la manière d'un papyrus, plutôt que d'un *codex* (livre relié).

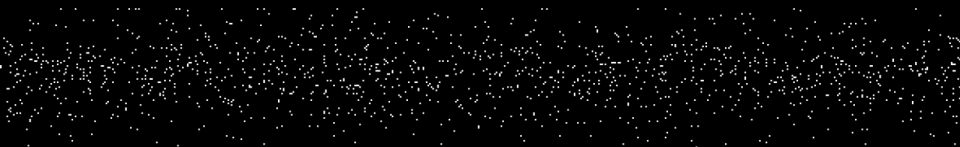




Thibault Brevet, *Grand Central*, ECAL, Suisse, 2013



9. Je prends ici l'exemple d'une publicité proposée par My Social Book, visible depuis ce lien : <http://urlz.fr/4ugv>



## Imprimer pour «donner vie»

Imprimer ses *tweets* en un livre souvenir est un phénomène aussi présenté sous le nom de «Social Book», un prétendu livre recommandé pour «donner vie<sup>9</sup>» à son histoire virtuelle.

Si l'image est forte, elle décrit le changement de support comme une métamorphose de la matière. Imprimer un contenu numérique en un objet matériel permettrait de donner un second souffle à des images en perdition, comme une histoire qui s'animerait sur le support le plus fixe. La publicité présente en effet un album dont les photographies prennent «vie» au fil des pages tournées (sous forme d'animations vidéo). C'est un argument plutôt contraire à son support. Imprimer pour animer une histoire alors que le papier fige le mouvement, cela reviendrait à dire que le numérique resterait un support de marbre. Or, c'est au moyen d'outils numériques que l'animation est rendue possible.

10. Une chose que rappelle Umberto Eco en élargissant cette idée à la possible perte d'Internet : « Nous pouvons tout aussi bien imaginer que la formidable invention qu'est Internet disparaisse à son tour, dans le futur. Exactement comme les dirigeables ont disparu de nos ciels. » Jean-Claude Carrière & Umberto Eco, *N'espérez pas vous débarrasser des livres*, Editions Grasset & Fasquelle, 2009, p.21

Un « Social book » imprimé depuis Instagram via *Printrbook.com*, 2016

Dans un flux constamment nourri par de nouvelles images, le livre comme image de vie serait alors une réponse à la peur de perdre ses images numériques<sup>10</sup>. Il suffirait de donner *vie* à la matière en la déplaçant sur du papier, pour une survivance des images.



1. L'origine de cette histoire est racontée sur le site, à l'adresse qui suit : < <http://urlz.fr/4ugz> > (dernière consultation : 10.06.2016)

## 7. Tout transformer en journal

Ainsi, en ce siècle régi par le numérique, imprimer Internet devient de plus en plus courant. Qu'il s'agisse d'Instagram, de son blog personnel ou de recherches universitaires ; ces pratiques sont encouragées par des sites d'impression à la demande tel que le Newspaperclub. Ce service en ligne, qui permet d'imprimer son journal personnel, me paraît être un exemple assez distinctif si l'on tient compte de son histoire.

Le site a vu le jour suite à une expérience entre amis. À l'origine, les trois fondateurs tenaient un journal en ligne appelé *Things Our Friends Have Written On The Internet*, mêlant des *posts* et des photographies de vingt-trois de leurs amis. L'idée d'imprimer ce contenu sur un véritable support journal, « par amour du papier », séduisait tant leur *public* que le site Newspaper Club est né<sup>1</sup>.

Ils garantissent donner aux gens « les outils nécessaires pour transformer tout ce qu'ils veulent en journal, rapidement

2. Ibid.

3. Le librairie numérique du Newspaper Club est accessible depuis ce lien : <http://urlz.fr/4ugB> (dernière consultation : juin 2016)



Journaux amateurs imprimés par Newspaper Club entre 2010 et 2016.

### *Tout transformer en journal*

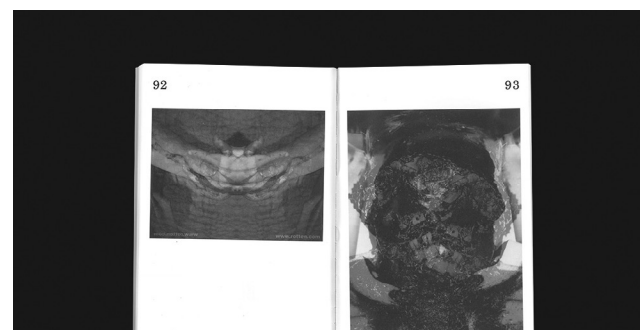
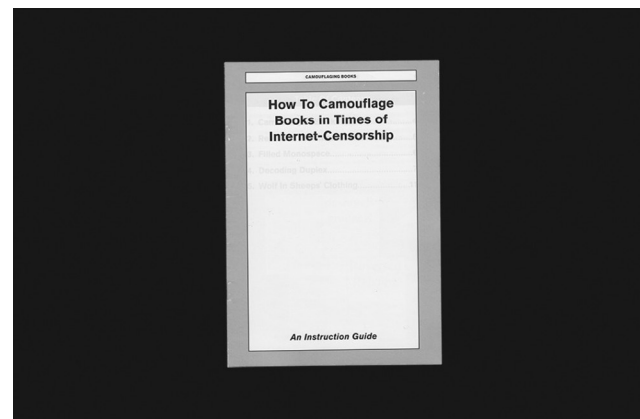
et facilement<sup>2</sup>». Non seulement on se rapproche de l'idée d'un *perzine* (les auteurs révèlent des détails intimes de leur vie), mais avec toujours plus de liberté, rien n'étant relu et donc édité, avant publication. Toutes les libertés sont autorisées, questionnant les limites de ces nouveaux chemins de publication.

Par ailleurs, en parcourant leur librairie numérique<sup>3</sup>, force est de constater que de nombreux tirages ont sans doute été stimulés par ce concept : pour garder une trace d'une expérience de vie. Il suffit d'entrer dans le moteur de recherche du site les mots *weddings*, *news* ou encore *newspapers* pour en comprendre l'ampleur. En admettant que ces photographies soient, pour une grande majorité, issues de sources numériques, elles n'ont jamais été sorties sur un autre support et n'existent alors que sur matière digitale. L'envie de posséder un objet en tant que tel, comme un moyen de conservation, semble évident bien que contradictoire à la qualité de ce support. Il s'agirait davantage d'un objet médiatique dont le héros des événements ne serait autre que son auteur.



Jasper Otto Eisenecker, *Camouflaged Books*, Autoédition (Lulu), 2014

Peut-on tout publier? C'est la question que soulève l'artiste Jasper Otto Eisenecker à travers ce livre, dont les images – censurées – ont été choisies depuis une banque numérique appelée rotten.com. En effet, certains sites d'impression à la demande disposent de robots correcteurs afin de vérifier le contenu de chaque ouvrage. Suite à la censure d'une première version, l'artiste a développé différentes stratégies visuelles pour tenter de camoufler ce contenu éthiquement discutable : une conversion en bichromie suffit à contourner les contrôles.





## Tous auteurs ?

Jean-Yves Mollier dit à propos de la Bibliothèque bleue imprimée quatre à six siècles avant nous, qu'elle « faisait surgir des lecteurs là où il n'en existait pas suffisamment <sup>4</sup> ». La diffusion d'une littérature nomade et populaire a permis à toute une partie de la population encore privée de livres d'avoir accès au divertissement et aux savoirs par la lecture.

Avec les libertés qu'offre Internet et la transformation d'une chaîne éditoriale en un bien de consommation, ne peut-on pas penser, dans une même logique, que notre époque fait surgir des auteurs là où il n'en existait pas ?

Si un auteur se présente comme une personne à l'origine d'une œuvre ou d'un écrit, manifestant par ce langage une part de sa personnalité, n'importe quel publication sur Internet, qu'elle soit identifiée ou anonyme, relève bien d'une manifestation individuelle, donc d'une intention donnée par un auteur.

5. C'est une question soulevée dans l'émission, *Demain*, 65 millions d'écrivains ? *France Culture*, novembre 2013. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u4b>>

Dans cet espace, tout le monde peut en effet *publier* sa pensée, comme en témoigne le développement de la blogosphère. Le nom d'un auteur ou d'un pseudonyme le désignant y figure, comme une signature ou une marque d'identification.

La possibilité d'imprimer son propre livre peut alors apparaître comme une continuité voir un aboutissement logique après le blog. Avec ce développement de l'impression numérique, qui le souhaite peut désormais publier un texte en quelques clics et le mettre en vente au même titre qu'un professionnel, autrement dit comme un auteur reconnu de manière officielle. Les librairies en ligne comme Amazon – et la possibilité d'obtenir un ISBN gratuitement pour un quelconque exemplaire qui n'est ni validé, ni vérifié – soulèvent de nombreuses questions quant au fait d'être auteur. Si le simple fait de publier un livre relié officialise en quelque sorte l'œuvre écrite, quiconque peut aujourd'hui s'improviser auteur<sup>5</sup>.

6. « Selon un sondage Ifop réalisé pour Le Figaro Littéraire, 6 % des Français possèdent un manuscrit et souhaitent le publier, soit 2,5 millions de personnes qui se rêvent écrivain. » | Mohammed Aïssaoui, « L'autoédition dépasse l'édition », *Le Figaro*, juin 2009. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u0X>>

7. Sinatou Saka, « L'auto-édition numérique, nouvel eldorado des écrivains », *France 24*, octobre 2016. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u4e>>

L'impression à la demande représente alors une opportunité pour diffuser ses écrits, idéale pour des auteurs tapis dans l'ombre dont les textes auraient été refusés par exemple, par une maison d'édition. Comme une alternative à l'édition traditionnelle, cela représente alors un nouveau chemin pour le livre, éclairé par un désir de faire seul et d'incarner l'ensemble des maillons d'une chaîne.

Cependant, en permettant à quiconque d'imprimer son ouvrage, l'impression à la demande tend peut-être à développer un certain fantasme de l'auteur. De nombreuses personnes affirment aujourd'hui avoir déjà pensé à publier un écrit au cours de leur vie<sup>6</sup>. Tel un « nouvel eldorado<sup>7</sup> », cette opportunité peut finalement motiver tout un chacun à se lancer dans un élan d'expression personnelle.

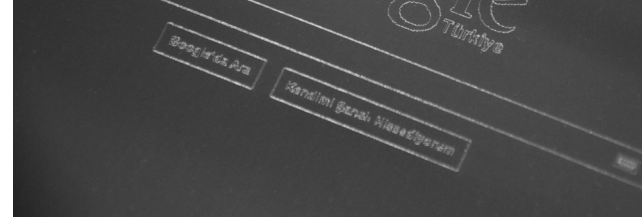
## 8. Imprimer pour figer

Imprimer le contenu de ses *tweets* pour en garder un souvenir est donc un argument. Toutefois, ce n'est pas la seule raison.

Parce qu'une page Internet est suceptible d'être modifiée à chaque instant, considérons-la comme une matière en mouvement. En utilisant parfois cet espace pour outil de travail, la peur de perdre un contenu me pousse à sauvegarder les résultats sur papier. Imprimer correspond ici à la fixation d'une chose en fuite qui m'échappe – comme une solution pour figer cette *substance* mobile.

Imprimer le contenu pour arrêter le mouvement, puis le lire et le garder ; pouvoir s'y fier sans qu'aucun élément ne bouge ou ne disparaisse à nouveau, c'est s'assurer de ne rencontrer aucune *mauvaise surprise*. En témoigne un projet de Charles Beauté et de Juliette Goiffon, *Top 100*<sup>1</sup>. Décrites comme de « futures traces du passé<sup>2</sup> », il s'agit de gravures sur laiton – comme une centaine de *plaques*

3. Plaque envoyée dans l'espace en 1973 et présentant de manière schématique notre humanité. Comme un message codé, cet objet a été envoyé dans l'espoir d'une éventuelle communication avec une civilisation extraterrestre.
4. Philippe K. Dick, « Payez l'imprimeur », in *La planète impossible*, Pocket édition, Paris, 1989



Charles Beauté et Juliette Goiffon, *TOP 100*, 2015

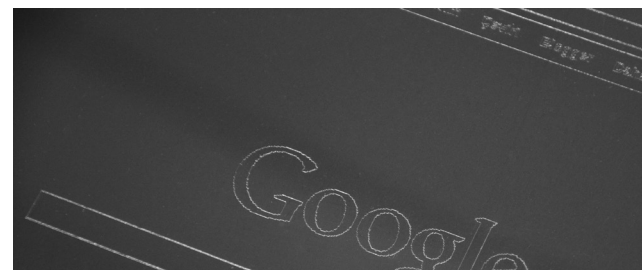


### *Imprimer pour figer*

de *Pioneer*<sup>3</sup> présentant les cent sites internet les plus visités dans le monde entre 2012 et 2015. Par ce geste, ils marquent un arrêt, témoins d'un état pour un temps numérique précis.

C'est une tentative que décrivait déjà Philip K. Dick dans la nouvelle *Payez l'imprimeur* en 1956<sup>4</sup>. Alors que le monde est en guerre et qu'il ne cesse de s'écrouler et de s'effacer – l'humanité n'a a priori plus qu'une solution : tenter de le ré-imprimer. Pourtant, chaque copie semble accélérer un peu plus le processus de décomposition. Ces doubles s'impriment pour conserver, tant bien que mal, un monde en perdition. Il faut imaginer un instant qu'Internet s'évapore petit à petit. Pour en garder une trace, il s'agirait d'imprimer les pages et de les numériser pour les remettre en ligne et reconstruire cet espace. Toutefois, la destruction de ces nouveaux éléments se poursuivrait.

Le livre et, plus simplement le papier, sont donc de plus en plus utilisés comme forme de pérennité, pour donner une clôture au numérique.



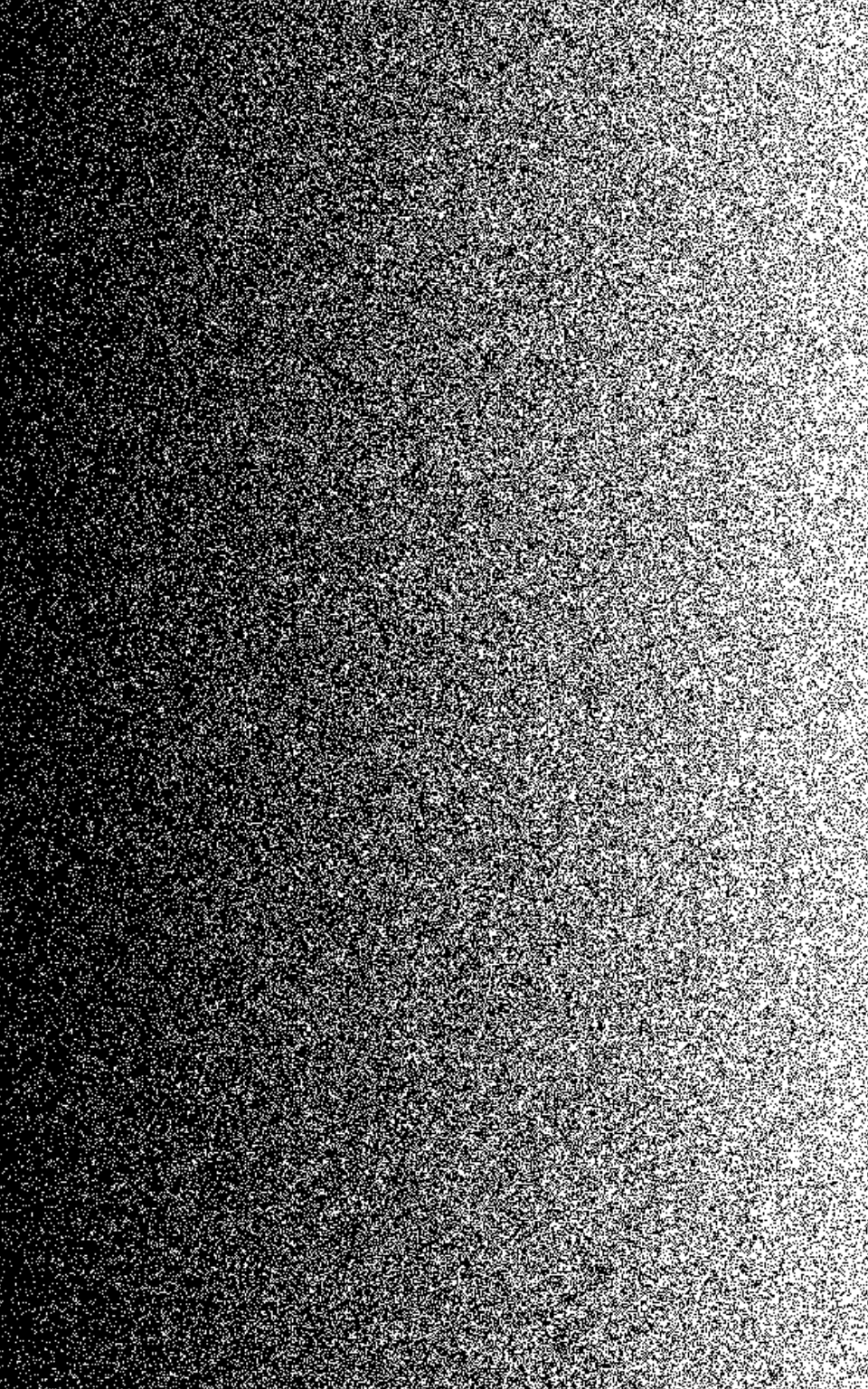
[C]

FILM POLSKI PRÉSENTE UN FILM  
DE KRZYSZTOF KIEŚLOWSKI AMATOR  
AVEC JERZY STUHR LE PROFANE

UN FILM  
POLSKI  
P



[C]



consommateur  
amateur  
acteur  
créatif

comparaison  
grille  
structure



## Une appropriation générale

démocratie  
émancipation  
techniques

autodidacte  
Internet  
tutoriel  
expérience  
autoformation

outils  
simples  
accessibles  
templates  
gabarits

1. Terme utilisé par Dominique Cardon dans *La démocratie Internet*, Editions du Seuil, Paris, 2010, p.7
2. Claire Le Thomas, *Quand l'atelier se fait texte : les livres de travaux amateur et les voies nouvelles de l'autodidaxie. Art et transmission. L'atelier du XIXe au XXIe siècles*, Presses universitaires de Rennes, 2014, p.161-173. Disponible sur : <hal-01074996>
3. Exemple en pages annexe 91-92
4. Le tutoriel, aussi dit tuto, « est un guide d'apprentissage, sur support papier ou sur Internet, constitué d'instructions visuelles (photos, vidéos) montrant comment réaliser une tâche dans des domaines très variés tels que les loisirs créatifs, le bricolage, la beauté, la cuisine, la photo ». Larousse 2016.150 nouveaux mot. *Berlinestànous.com* (blog), mai 2016.

## 9. L'ère des tutoriels et des autodidactes

Si les pratiques amateurs existaient bien avant l'ère numérique, elles se sont majoritairement développées depuis la *nébuleuse Internet*<sup>1</sup>. En effet, la Toile tient aujourd'hui un rôle fondamental dans notre société. Depuis plusieurs années, on constate la mise en place de nouvelles pratiques, toujours plus autonomes. Internet apparaît comme un initiateur, pour ne pas dire un guide ou même un expert que l'on consulte à n'importe quelle heure de la journée pour répondre à des questions. À la manière d'une littérature didactique « entièrement dédiée aux arts de faire<sup>2</sup> », nos machines nous offrent un accès à l'apprentissage et à l'autoformation. Internet joue assurément le même rôle qu'un ancien guide pratique<sup>3</sup>, ces guides qui, semble t-il, ont initié ce qu'on appelle aujourd'hui le *tutoriel*<sup>4</sup>. Ils sont à l'origine d'une nouvelle *école* qui a ouvert la voie à une démocratisation des pratiques et à une nouvelle figure de créateur, celle de l'autodidacte.

5. Une citation présente sur un tutoriel papier de 1950. | Revue *Les travaux de l'amateur*, Editions Guy Le Prat, Paris, 1930
6. Le tutoriel se présente de manière courante sous un format vidéo. Beaucoup sont hébergées sur des plateformes comme Youtube.
7. Autoformation. *Wikipedia.fr*

8. Thierry Noisette, « 3,4 milliards d'internautes dans le monde, 55,4 millions en France ». *Rue 89*, février 2016. Disponible sur : < <http://urlz.fr/4u45> >
9. Ressources aussi bien délivrées par des amateurs et des spécialistes.
10. Roland Barthes, « L'Amateur » in *Roland Barthes*, Editions du Seuil, Paris 1975, p.63

### *L'ère des tutoriels et des autodidactes*

En effet, le tutoriel se présente en réponse aux questions – tous domaines confondus – que nous nous posons. Cela explique sa présence marquée dans notre quotidien. Parce qu'il propose de nombreuses astuces quand une solution manque (pour apprendre à poser une étagère, séparer le jaune du blanc d'œuf ou relier un livre en dix étapes), notre réflexe est souvent de consulter notre ordinateur pour poser la question à Google. C'est autant d'astuces, de *bricoles* et de véritables techniques mises « à la portée de tous »<sup>5</sup> qui s'y confondent.

En s'appuyant sur ces vidéos<sup>6</sup> dans le but de réussir une tâche, un novice peut être considéré comme un autodidacte en devenir. En effet, le terme est défini par le fait de se former soi-même à partir de ses expériences. Autrement dit, ce serait en pratiquant les choses et en « mettant la main à la pâte » que l'autodidacte acquerrait un certain savoir, « d'où l'importance de l'apprentissage par la pratique »<sup>7</sup>.

### *L'ère des tutoriels et des autodidactes*

Avec l'utilisation d'Internet comme source de savoirs, n'importe qui peut apprendre *n'importe quoi* (à condition d'avoir un minimum de matériel et d'habileté). Le web compte en effet 3,4 milliards d'internautes<sup>8</sup> : autant de personnes connectées qui peuvent interagir, mettre à disposition leurs compétences et progresser ainsi sur la technique désirée. Il est donc de plus en plus facile de trouver des ressources d'autoformation sur Internet<sup>9</sup>. Cet espace regorge aussi de nouveaux instruments mis à la portée de tous. En vue de ces nouveaux outils gratuits, une question se pose alors : en concevant son livre lui-même, l'amateur n'acquiert-il pas quelques connaissances en design graphique ?

Nous reviendrons plus tard sur le statut de l'amateur mais le terme étant sujet à de nombreuses définitions, je souligne qu'il en est ici question au sens d'une personne débutante, qui s'adonne à une activité par plaisir, sans en faire sa profession. Un sens défini par Roland Barthes comme « celui qui fait de la peinture, de la musique, du sport, de la science, sans esprit de maîtrise ou de compétition »<sup>10</sup>.



*L'ère des tutoriels et des autodidactes*

Pour y répondre, je me suis d'abord intéressée au film du polonais Krzysztof Kieslowski *El amator*<sup>11</sup>, sorti en 1979, dans lequel le thème de l'autodidacte y est très bien traité. Le réalisateur en aborde la figure à travers cet homme, Filip Mosz, un jeune père de famille qui s'achète une caméra pour filmer la naissance de sa fille. Progressivement, il se familiarise avec l'outil et prend conscience de ce qu'il filme. Son envie spontanée de faire des images, et les expériences qu'il vit, l'amènent à s'interroger sur le montage des vidéos puis le sens que peut porter un film en fonction de l'enchaînement des images. Son statut d'amateur-novice évolue peu à peu vers celui d'un cinéaste indépendant puis d'un artiste à part entière. Parallèlement, lorsque notre amateur souhaite s'auto-éduquer, il est libre de filmer ce qu'il désire : le contenu lui est pleinement dû. La mise en page, ou le montage, vont ensuite lui permettre de modeler toute une matière extraite de ses pensées. C'est durant cette seconde étape que le cinéaste imaginé par Kieslowski acquiert des connaissances : il se lance, essaie, corrige et recommence,

*L'ère des tutoriels et des autodidactes*

jusqu'à y prendre goût et éveiller peu à peu l'artiste qui sommeille en lui. L'ordre des séquences et la manière dont elles seront construites pourront apporter un sens de lecture, une intention et un récit (ainsi qu'une clé pour comprendre ses idées).

Si l'on tient compte de tous ces éléments, il me semble que l'on peut parler d'autoformation car l'on désigne une pratique personnelle et autonome. Le sujet ne se contente pas uniquement d'apprécier son livre, il participe à son élaboration. Il acquiert déjà quelques notions par le vocabulaire et les manipulations qui lui sont permises.

Pour parvenir à ses fins (on considérera que l'objet-livre représente ici la finalité), l'amateur doit commencer par se familiariser avec des outils préparatoires qui permettront, en quelque sorte, de monter son récit. Je me suis donc intéressée à ces derniers en me demandant s'il ne convenait pas, de nos jours, de faire une différence entre accéder à des outils et se former à une pratique éditoriale ?



Krzysztof Kieślowski, *El amator*, Pologne, 1979

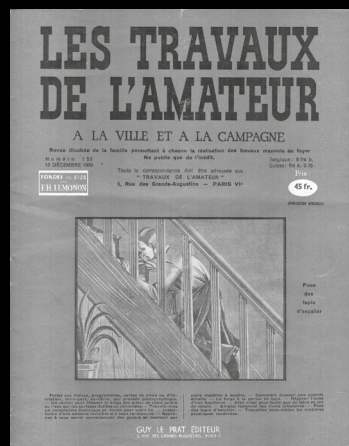


## A LA PORTÉE DE TOUS

Durant mes recherches, j'ai récupéré une revue des années 1930 que je trouvais être un bon exemple de guide pratique. Il s'agit du mensuel illustré *Les travaux de l'amateur*, d'abord paru aux éditions Lemonon, un manuel vendu sous la forme d'un magazine et destiné à vulgariser « tous les travaux manuels en les mettant à la portée de tous les bricoleurs » (citation présente en couverture des premiers numéros).

Sous la forme de planches intercalant texte explicatif et images didactiques, on retrouve dans ces titres cette idée d'accès facile aux compétences : « à la portée de tous ». Les étapes sont détaillées une à une et accompagnées d'images pour préciser les manipulations et les bons gestes à avoir. Le plus souvent, c'est un dessin au tracé, en lignes fines, montrant une gestuelle décomposée : les visuels sont parfois plus proche d'un mode d'emploi que d'un guide d'apprentissage mais ils permettent une explication claire et limpide. Ces publications ont sans aucune doute accompagné la naissance de nouveaux autodidactes.

Revue *Les travaux de l'amateur*, n°153, Editions Guy Le Prat, Paris, 1950



1. La référence est tirée d'une frise chronologique Adobe. Adobe History, 2001. Disponible sur : < <http://urlz.fr/4ukb> >
2. Une expression choisie depuis le site de Blurb, *blurb.fr*

## 10. Des outils pour tous

De nombreux logiciels de traitement, de retouche et de création assistée par ordinateur – parmi lesquels Adobe Photoshop – ont vu le jour depuis les années 1990<sup>1</sup>; une dizaine d'année avant l'apparition des premiers blogs dont nous parlions plus haut.

Dans la lignée de ces premiers outils de PAO, des sites comme Blurb ou Lulu proposent aujourd'hui « des outils pour tous les niveaux<sup>2</sup> », des outils de mise en page et de traitement d'images simples et gratuits pour permettre de créer commodément son livre. Si plusieurs choix sont possibles selon ses compétences (en matière de mise en page), c'est parce qu'être accessible aux novices comme aux professionnels est le nerf de ces sites. Il ne s'agit plus cette fois d'apprendre à relier un livre en dix étapes auprès d'un tutoriel, mais d'une gigantesque *boîte-à-outils* prête à l'emploi. L'amateur compose son objet par création informatique, les machines se chargeant de la fabrication. Mais alors, ces programmes de

3. Book Wright et Book Smart sont deux logiciels offerts par Blurb et téléchargeables depuis le site Internet de l'entreprise depuis la rubrique « créer ». À ce stade, deux choix sont possibles, soit l'on crée son livre « avec Blurb », soit l'on importe directement son PDF. Les logiciels sont disponibles sur : < <http://urlz.fr/4ugY> > et < <http://urlz.fr/4ugZ> >

4. Aussi dits gabarits ou modèles sur un logiciel en français.

5. Une vulgarisation qui diffère toutefois en fonctions des logiciels proposés. Sur un site comme Lulu par exemple, bien qu'étant chaque fois expliqué, le vocabulaire utilisé est plus complexe. Un amateur doit aller de liens en liens pour comprendre au fur et à mesure ce que désignent des mots comme par exemple, les traits de coupes.



### *Des outils pour tous*

création offreraient-ils des outils équivalents de ceux d'un professionnel ?

Afin d'en saisir le potentiel mais aussi les limites, je me suis lancée dans un essai. J'ai pris le parti d'opter pour un logiciel de mise en page gratuit – Book Wright<sup>3</sup> (puis Book Smart) – téléchargeables sur le site de Blurb. étant habituée, en raison de ma formation, aux outils de mise en page commercialisés par la société Adobe, le but de cette expérience est de pouvoir établir une comparaison entre ces nouveaux instruments et ceux des professionnels.

À l'ouverture, je dispose d'un éventail de livres ; je choisis celui que je citais en première partie, un 13 x 20 cm. J'accède ensuite à ma *boîte-à-outils*. Au premier abord, le programme se présente comme un logiciel de travail propice au graphisme tel qu'Adobe Indesign, en une version extrêmement simplifiée. Du côté gauche, un chemin de fer déroulant, mentionnant le nombre de pages, permet de se repérer dans le livre. Mais ce qui se trouve tout en haut du *bureau* m'intéresse bien plus :

### *Des outils pour tous*

une liste de *templates*<sup>4</sup> défile, au nombre de soixante-quatre, comme une suite d'exemples pré-enregistrés parmi lesquels il faut piocher pour démarrer. D'un geste assez simple – par glissement – je peux y ajouter des images et y incorporer du texte (éventuellement des titres et des légendes). Toutes les fonctions classiques y sont résumées de manière assez triviale mais suffisent à donner une première forme au contenu : une petite montagne pour insérer des photos, une pipette pour les couleurs, un grand [T] pour taper du texte et une poubelle pour supprimer (puis un [g] pour mettre un mot en gras, un [s] pour souligner des passages et quelques autres options.) Je peux tenter une première ébauche. De la même manière, un vocabulaire vulgarisé est utilisé pour accompagner un non-spécialiste et lui permettre de prendre connaissance de chaque action possible<sup>5</sup>.

Beaucoup de fonctions sont également calculées par le logiciel et par défaut. Grâce à cela, je n'ai pas à m'occuper de réglages techniques comme les fonds perdus, les traits de coupe ou le calcul de l'épaisseur du dos : le travail est

6. J'y retrouve d'ailleurs de grands classiques tels que les Garamond ou les Didot mais ne parviens pas à savoir s'il s'agit de ma propre banque de typographie ou si ces dernières m'ont été offertes par le site : tout y est confondu. Il est en effet possible d'y ajouter de nouvelles typographies en les installant préalablement.

7. Une *customisation* des objets nous renvoie au phénomène de *web-to-print*, précédemment évoqué dans la partie 5, p.73

### *Des outils pour tous*

prémâché, c'est un avantage pour un novice qui découvrirait ce tout.

Aussi faut-il ajouter qu'un catalogue de typographies est offert, les classant selon deux catégories : celles plutôt adaptées pour un eBook et donc une lecture sur écran, puis celles destinées à l'impression « uniquement<sup>6</sup> ». à ce stade, le panel est assez large pour permettre à tout un chacun de se lancer dans une première maquette.

Néanmoins, pour équilibrer ma composition, cela se fait à l'œil. Il existe bien quelques repères automatiques (et aimantés) pour me dire si mes éléments s'alignent entre eux mais ils sont rares. Le travail se construit page à page, il faut entrer les éléments un à un et recommencer chaque fois ; les réglages se font lentement. Par exemple, pour appliquer une caractéristique au texte, je dois le faire manuellement pour chaque mot – chose habituellement rationalisée par des feuilles de styles, des *scripts* et des *gabarits* sur un logiciel professionnel. Je me retrouve donc assez vite avec un résultat approximatif ;

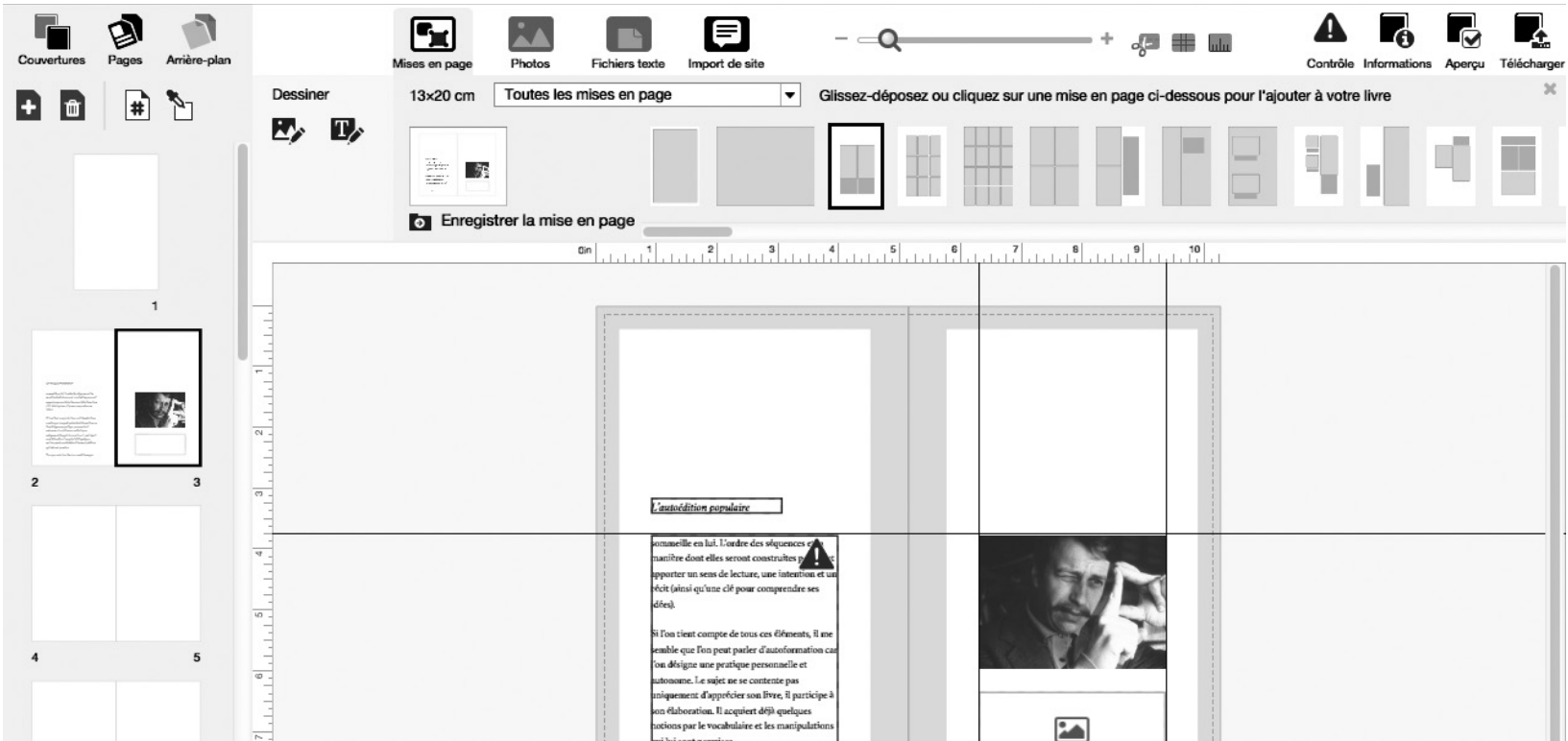
### *Des outils pour tous*

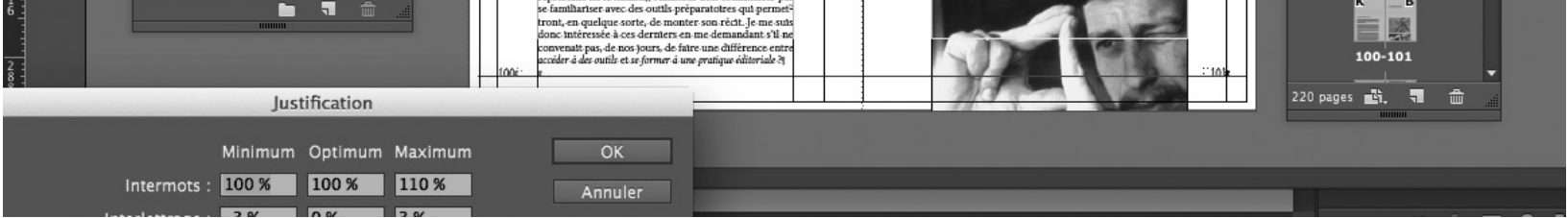
cependant l'expérience est amusante car je suis forcée de me détacher de mes habitudes. Bien qu'il s'agisse d'une pratique en partie dirigée par le logiciel, l'amateur peut *bricoler* ses quelques pages, sans chercher à les ajuster ni même à *bien faire*, l'ensemble donnera toujours lieu à un objet imprimé.

Le logiciel ressemble donc à une hyper-vulgarisation des logiciels de PAO (publication assistée par ordinateur), mais il offre pourtant une petite *boîte-à-outil* qui permet aux plus novices d'imprimer un livre ou d'appréhender quelques compositions. Si l'amateur y assimile quelques notions, elles ne seront a priori (et de mon point de vue) pas assez affinées pour prétendre égaler un professionnel. Nous avons un volume *customisé* plutôt qu'un livre *designé*<sup>7</sup>.

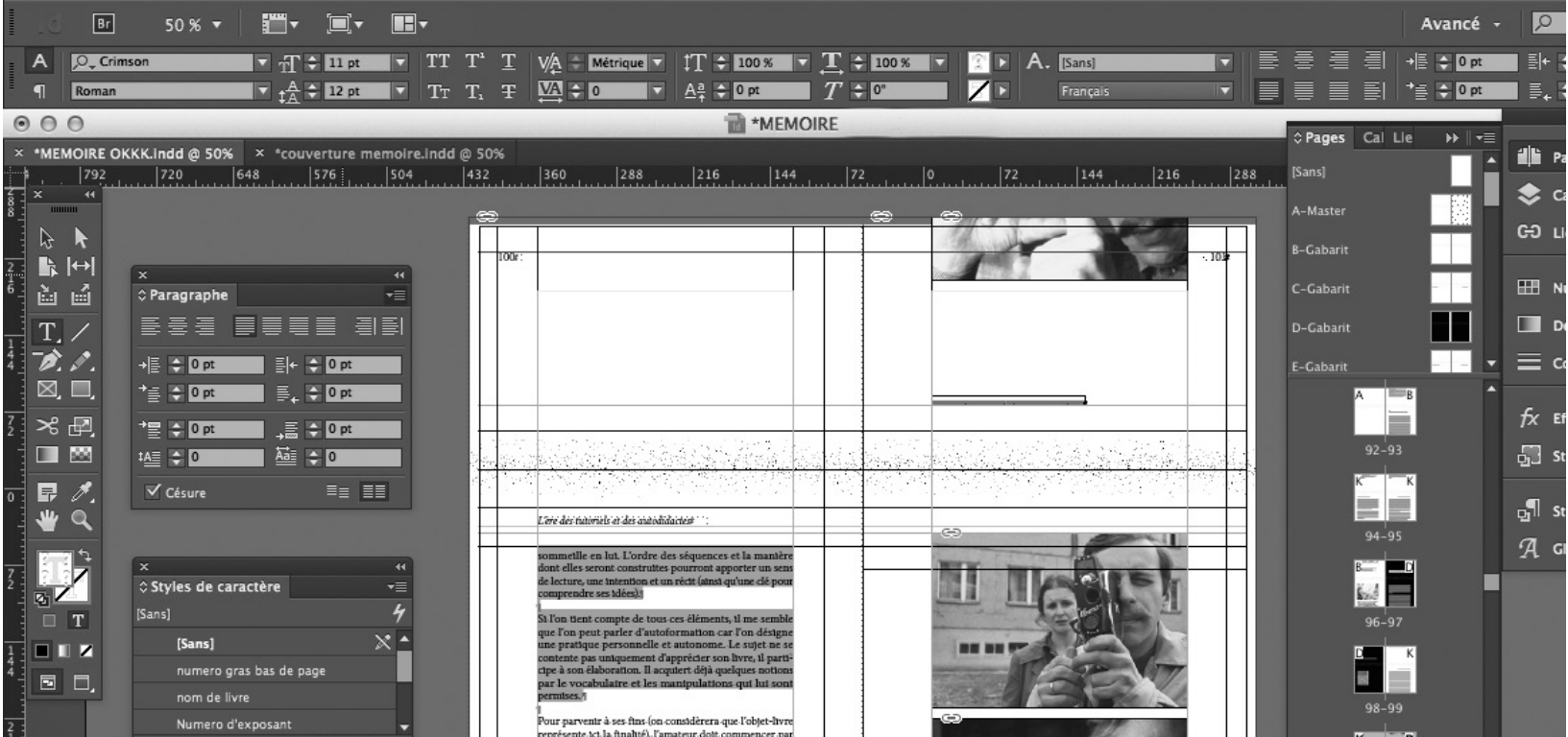


Espace de travail Book Wright.





Espace de travail Adobe Indesign.





8. Le site met en effet l'accent sur un résultat propre et fini, semblable aux livres d'une librairie.

9. Un aperçu de la Collection Designer est disponible depuis ce lien : [www.blurb.fr/designerbook](http://www.blurb.fr/designerbook)

10. Cinq autres choix, différenciés par des noms de villes, sont proposés au consommateur comme correspondant à des attentes très spécifiques. Par exemple pour un événement familial, il faudrait choisir le modèle Catalina, a priori conçu pour des photographies « de vos enfants, de vos animaux ou de votre grossesse ». Le thème Geneva conviendrait en revanche pour des portfolios ou des photos d'art en raison de son fond noir (qui ferait ressortir les couleurs).

## « Comme un professionnel »

Faire des livres « comme un professionnel<sup>8</sup> », tel est pourtant l'appel lancé par des sites comme Blurb pour séduire un plus grand nombre de personnes. Ce mot, comme le terme *design*, revient constamment.

En regardant les suggestions de maquettes de la Collection Designer<sup>9</sup>, il est néanmoins difficile de considérer qu'un simple arrière-plan « boisé » ou « ardoise » puisse faire de l'ouvrage un objet *designé*<sup>10</sup>.

Le terme ne semble pas tout à fait adéquat. On comprend ici bien l'intention et le désir d'obtenir un résultat original ; mais le terme est employé, à tort, pour une chose qui ne correspond qu'à une personnalisation de masse. Par *design*, on entend normalement une forme pensée pour servir au plus proche le contenu. A moins qu'il ne s'agisse d'une série, chaque histoire et chaque intention étant unique, il faudrait un *design* chaque fois repensé et adapté, différent du précédent,

11. C'est une définition utilisée pour désigner un livre d'artiste mais qui me semble tout à fait convenir pour parler de design graphique. | Ulises Carrión, *Quant aux livres*, Editions Héros-Limite, Genève, 2008, p.19
12. Jean-Claude Carrière & Umberto Eco, op.cit., p.19

dans sa forme, sinon sa mise en page, ses choix de grille ou de typographies.

Une étape indissociable du design donc, que rappelle Anne-Moeglin-Delcroix dans une préface pour Ulises Carrión. À travers la définition du « nouveau livre » que ce dernier propose, elle rappelle qu'il entend autant concevoir la forme d'un livre comme une « forme formée », une « organisation signifiante d'une matière, instituée chaque fois de façon singulière<sup>11</sup>. »

On ne propose donc à l'amateur qu'un graphisme en *prêt-à-porter*, identifiable et plutôt sommaire.

Tout cela soulève un questionnement quant à la forme de l'objet imprimé pour les professionnels. Si le livre est, comme le soulignent Umberto Eco et Jean-Claude Carrière, « comme la cuiller, le marteau, la roue ou le ciseau » et qu'on ne peut « pas faire une cuillère qui soit mieux qu'une cuillère<sup>12</sup> », il existe en revanche des variations. Le design doit donner, par sa forme, une

traduction du projet. Que penser alors de ces modèles prêts à remplir ? Leurs formats standardisés ne vont-ils pas à l'encontre de la raison même du design : adapter la forme au fond ?

## 11. Compositions jumelles ?

Toutefois, en prenant pour exemple des compositions, toutes entièrement constituées de photographies, la question des possibilités données à l'amateur se pose à nouveau. J'ai sélectionné quelques journaux de famille<sup>1</sup> imprimés par Newspaper Club et deux œuvres d'artistes (non imprimées par ce biais) – une édition<sup>2</sup> et une affiche<sup>3</sup> – travaillant tous deux sur des images d'archives.

La question pourrait s'énoncer ainsi : quels points communs existent entre ces imprimés ? Se pourrait-il qu'ils aient été produits par une même personne ? D'emblée, un premier constat visuel s'impose : nous ne pouvons pas nier que les formes ont des similitudes évidentes. Si l'on regarde la disposition générale, nous avons, chaque fois, une grille semblant emprunter un même squelette, la seule différence reposant sur la taille de la page et le nombre de blocs insérés. Toutes se construisent comme des murs empilant des briques d'images plus ou moins grandes et sommairement séparées par de fines gouttières blanches ;

### *Compositions jumelles ?*

un type de mise en forme qui revient souvent dans les modèles des logiciels offerts.

Ensuite, si l'on se penche sur le contenu de ces planches, hormis le choix des couleurs, nous observons des images très ordinaires. Elles se ressemblent dans leurs formes mais aussi dans leurs contenus.

En effet, pour les journaux amateurs, c'est la restitution d'un souvenir, celui d'une journée de mariage. Les personnes et le contexte ne changent pas, toutes les photographies ont été prises par un ou quelques individus présents. Les images sont imprimées pour ne rien oublier, comme un album souvenir.

documentation céline duval et Hans Peter Feldmann nous présentent, quant à eux, des photographies qu'ils n'ont pas faites. Toutes sont recueillies dans des archives. Pour l'une, les images montrent plusieurs journées de divertissement, vécues par différentes personnes toujours dans un même contexte, celui de la plage. Pour l'autre, c'est une

### *Compositions jumelles ?*

confrontation de cultures et de contextes différents au sein d'un livre ; une combinaison de sources variées voir radicalement opposées, qui empruntent à d'autres des contenus amateurs, scientifiques, artistiques, pornographiques, etc. L'assemblage n'est pas aléatoire, les images sont choisies et ordonnées pour communiquer entre elles.

À travers ces recyclages multiples, ils peignent ainsi le portrait d'une époque, et cela même si leurs écritures sont différentes : des modes de vies, parfois des rituels, des fascinations et des peurs, des bouleversements historiques etc. Au fond, le portrait de toute une humanité<sup>4</sup>.

En définitive, ces mises en formes se ressemblent et interrogent les outils graphiques. On distingue difficilement une grille produite par un amateur d'une autre produite par un professionnel ou un artiste. Nous avons d'un côté l'imagerie d'un quotidien, mise en forme par des amateurs sur des logiciels tendant à se rapprocher d'un résultat professionnel, et de l'autre, un geste artistique puisant sa matière créative dans des images amateurs



### *Compositions jumelles ?*

qu'il n'a pas faites. L'un et l'autre s'empruntent mutuellement des outils pour la création. Que penser de ces deux pratiques? Ne rapprochent-elles pas les statuts de leurs usagers? Par ce geste, le professionnel ne s'inspire-t-il pas finalement de l'amateur?

De la même manière, lorsqu'un graphiste utilise l'impression à la demande, n'emprunte-t-il pas un principe d'impression grand public qui, semble-t-il, ne lui est pas premièrement destiné? C'est ce que nous verrons dans la partie suivante.

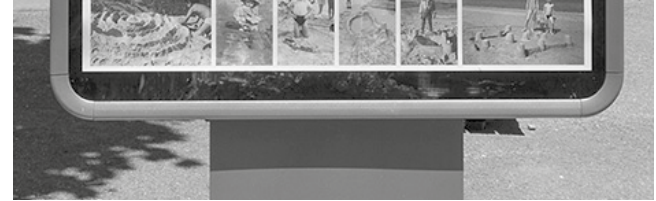


Journaux amateurs, Imprimé via Newspaper Club, entre 2010 et 2016.

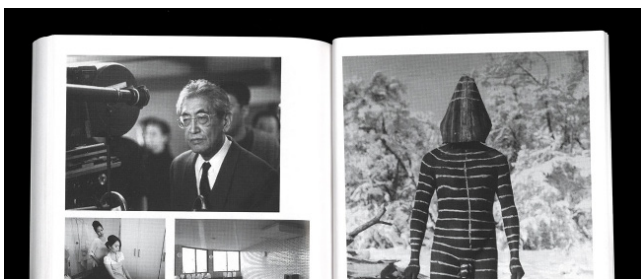
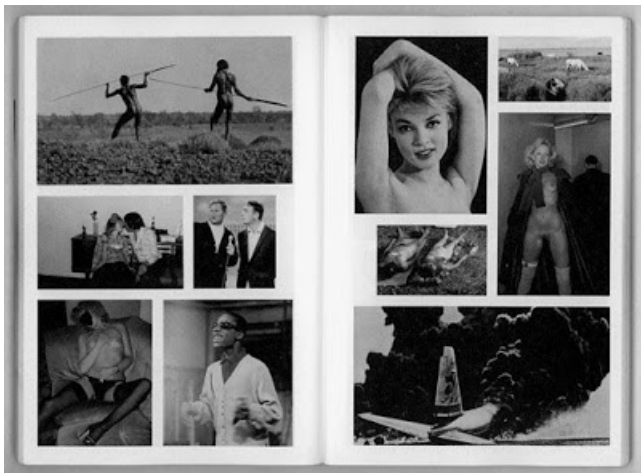




Hans Peter Feldmann, *Voyeur*, Editions Buchhandlung Walther König, 2013



documentation céline duval, *3 temps, 4 mouvements*, Affiche, Orthez, 2012



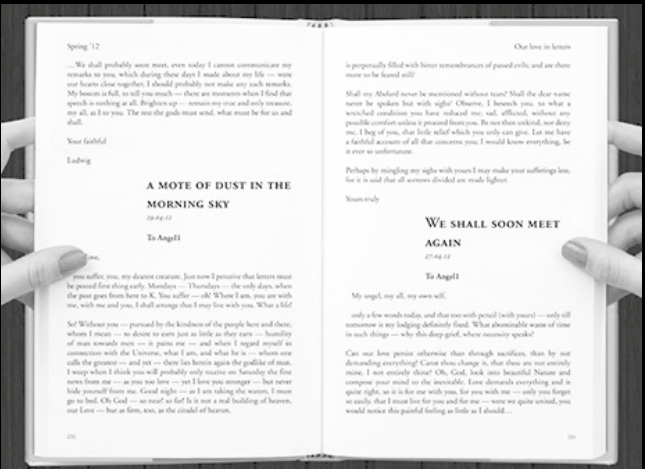
## Des échanges et des livres

Une mise en page amateur peut être semblable à celle d'un livre dont l'auteur est un artiste, et cela vaut aussi pour des contenus. En voici un autre exemple : la comparaison entre un livre produit par un graphiste et un autre par un amateur.

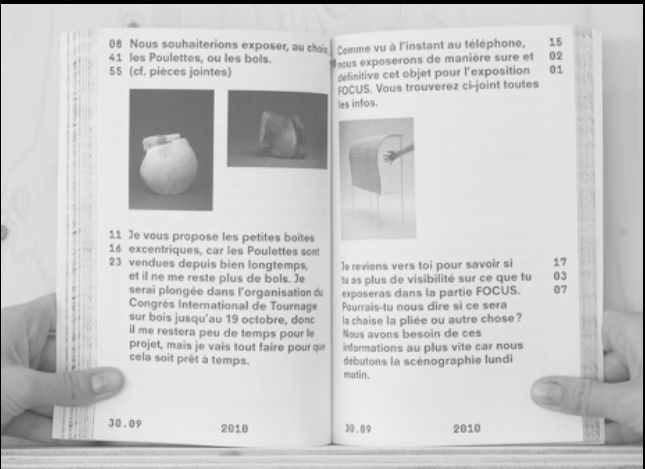
D'un côté nous avons un livre produit par le service Memeoirs, qui permet d'imprimer ses conversations Facebook en un volume clos qu'est le livre. De l'autre, un livre autoédité par Olivier Lebrun, graphiste français, présentant la restitution de dialogues et de nombreux échanges par mails, préliminaires à une exposition de design. Chaque volume présente la restitution de discussions virtuelles, comme des témoignages d'échanges, prenant autant naissance sous la forme de publications commentées que sous l'envoi de pièces et de courriers par mail.



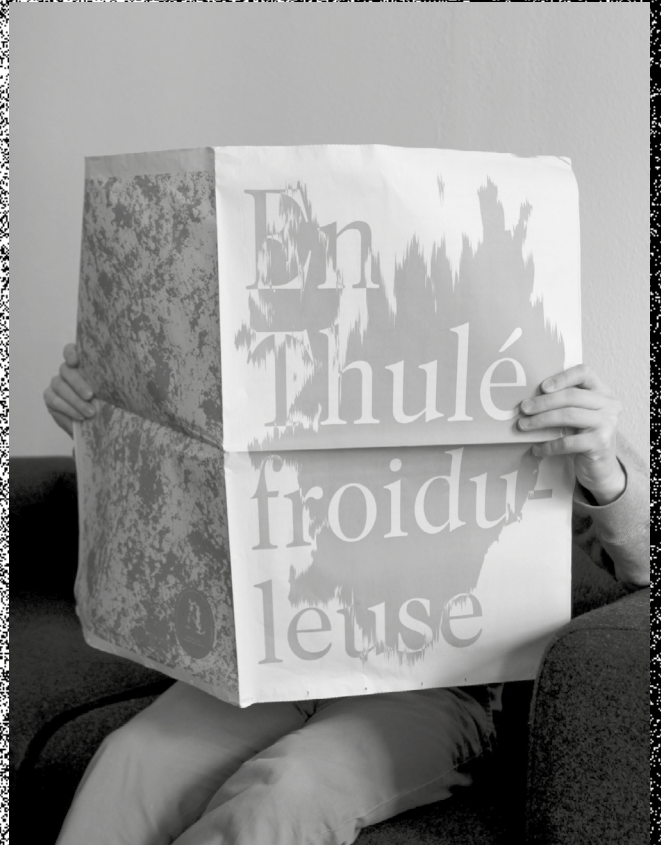
Un livre imprimé d'une messagerie Facebook, depuis *Memeoirs.com*  
(dernière consultation août 2016)



Olivier Lebrun, *15 designers 15 artisans 1 Graphiste 1 Critique 1 Off*,  
Autoédition (Blurb), 2011. Disponible sur : < <http://urlz.fr/4uh2>>



[D]



[D]



## Un terrain pour le design graphique

outil  
nouveau  
essais  
aperçu  
échantillons  
guide

adaptation  
époque  
questionnement  
épuisement

contexte  
projet personnel  
autoédition



## 12. Un autre outil pour le graphisme

L'impression à la demande est ainsi faite qu'elle convient à une demande majoritairement grand public. Après avoir questionné les usages et les outils offerts aux amateurs, je me tourne cette fois vers les professionnels pour qui cela semble représenter un nouveau terrain de création. Une question s'impose : en s'appropriant un mode d'impression grand public, le graphiste ne se rapproche-t-il pas d'une pratique *amateur* ?

Pour commencer, il existe bel et bien deux files d'entrée pour passer commande. D'un côté les novices qui se laisseront guider pas à pas, et de l'autre les plus avertis, professionnels ou étudiants, en somme tous les praticiens d'une forme actuelle de «DIY» éditorial<sup>1</sup> (terme sur lequel je reviendrai plus tard). Cela laisse entendre celles et ceux ayant acquis une maîtrise des logiciels pour la création libre ; des initiés pour qui l'exportation de fichiers n'a plus tant de secrets.

2. Annick Lantenois, *Le Vertige du funambule*, Editions B42, Paris, 2013, p.7
3. Ce nouvel « outil » englobe une standardisation des formes, limitant non seulement le nombre de pages (un minimum de 20 pages pour un maximum de 740 pour le site Lulu par exemple), mais aussi le formats, la reliure et les papiers.

4. James Goggin et les étudiants de la Hochschule Darmstadt, *Dear Lulu* et *Dear Blurb*, respectivement imprimés via Lulu et Blurb, 2008. Disponibles sur : < <http://urlz.fr/4uh5> > et < <http://urlz.fr/4uh6> > Une vidéo présentant l'intérieur des livres est aussi visible. *Dear Lulu*, Youtube, septembre 2010. Disponible sur : < <http://urlz.fr/4uh7> >
5. Consulter ces ouvrages n'est pas une étape obligatoire pour un professionnel mais une référence riche à laquelle il peut se rapporter pour de plus amples précisions. La possibilité de commander un exemplaire test, pour voir si le résultat nous satisfait, reste encore le moyen le plus simple d'essayer la technique et de se faire son propre avis.
6. AND éditions et le collectif Åbäke, *Variable Format*, Londres, 2014

### *Un autre outil pour le graphisme*

Dans cette catégorie, la figure du designer graphique est de plus en plus présente, cernant peut-être de nouvelles solutions en réponse à des économies de plus en plus fragiles. Le modèle semble opportun et il serait intéressant de comprendre comment et jusqu'où cette autre *moitié* s'en saisit jusqu'ici.

Comme l'amateur, le designer graphique trouve en ce principe de nombreux avantages. En plus d'y voir une alternative économique, il va chercher à en saisir toutes les variantes afin de l'utiliser au mieux. En effet, si « la technique affecte les formes qui affectent le sens <sup>2</sup> », il faut une bonne connaissance (technique, donc) pour proposer une réponse avec justesse. Avant d'y recourir, il est donc préférable de porter sa curiosité sur les différentes formes possibles, en admettant par ailleurs les limites, tant pour les papiers que la qualité d'impression <sup>3</sup>.

Contrairement à l'impression traditionnelle, le designer n'a, à aucun moment, la possibilité de suivre les étapes jusqu'au résultat final. La technique implique

### *Un autre outil pour le graphisme*

une acceptation préalable : le plein pouvoir repose en la machine. Il s'agit d'objets dont on ne peut difficilement appréhender la finalité.

Pourtant, l'impression à la demande se présente comme un nouvel outil pour le designer, à prendre en compte dans l'éventail des possibles. En témoignent deux guides de James Goggin, *Dear Lulu* et *Dear Blurb* <sup>4</sup>, qu'il réalise avec les étudiants de la Hochschule Darmstadt (Allemagne) en 2008 lors de workshops. Ces ouvrages se présentent comme des documents d'étalonnage servant à tester les machines. De nombreux jeux de trames, de couleurs, de tailles et de lettres sont orchestrés comme des nuanciers ou des mires afin de tester la finesse, les limites et la qualité d'impression dans sa globalité. Ces précisions complètent les échantillons disponibles sur commande afin d'évaluer les gammes de papiers. C'est un ouvrage utile auquel d'autres – graphistes et étudiants – peuvent se référer avant toute commande <sup>5</sup>. Une autre recherche enfin, *Variable Format*, publiée par AND et le collectif de design Åbäke <sup>6</sup>, propose la déclinaison d'un

7. Morris Rosenthal, *Print-on-demand Book publishing*, Foner Books, Springfield, 2004, p.41 à 43

8. Sophie Rahal, « Faire imprimer ses livres à la demande : la fin des coûts de pilon ? », *Télérama*, mars 2016. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u3w>>

### *Un autre outil pour le graphisme*

même contenu (sur support papier) depuis de nombreux sites à la demande. Cette démarche entreprend une comparaison entre eux et rappelle la multiplicité de formats qu'il est aujourd'hui possible de commander.

De plus, cela représente d'autres manières de transmettre un ouvrage, à prendre en compte dans l'éventail des possibilités actuelles. L'une des spécificités principales du *print on demand* est en effet d'annuler tous les stocks<sup>7</sup>. Alors qu'une impression classique nécessite une planification avancée et arrêtée du nombre de tirages, l'impression à la demande offre, quant à elle, tous les possibles. Le designer peut y avoir recourt pour une commande en petite quantité – en vue d'une limitation des coûts « de pilon<sup>8</sup> » –, pour imprimer un exemplaire unique ou encore pour proposer un ouvrage inépuisable en libre commande, le tout dans un cadre public ou privé selon son choix. Un éventail d'options donc, invitant à se questionner sur les différentes formes de diffusion du livre.

9. Pour plus de précisions, je vous invite à lire Alessandro Ludovico, *Post-Digital Print*. op.cit.

10. Olivier Lebrun, *15 designers 15 artisans 1 Graphiste 1 Critique 1 Off*, Autoédition (Blurb), 2011, Disponible sur : <<http://urlz.fr/4uh2>>

### *Un autre outil pour le graphisme*

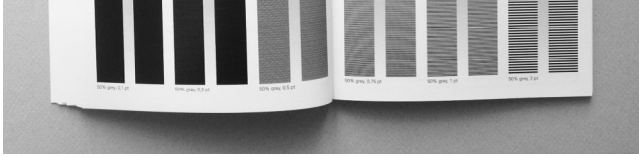
Publier une édition papier sous cette forme inépuisable soulève donc de nouveaux principes de publication innovants, peut-être une réponse intéressante aux problématiques éditoriales et économiques de notre époque : à la croisée du numérique et du papier<sup>9</sup>. Dans cette logique, certains graphistes comme Olivier Lebrun imaginent des catalogues tels que *15 Designers 15 Artisans 1 Graphiste 1 Critique 1 Off*. Cette édition sans limite<sup>10</sup>, dans laquelle il offre à lire les coulisses d'une Biennale Off, reste disponible en continu sur la librairie Blurb. Il ne s'agit pas d'une réédition mais d'un nouveau principe de distribution : puisqu'il n'y a pas de stock, il ne peut pas non plus y avoir de rupture de stock. Autrement dit, tant que le site existe, les fichiers numériques stockés ont une durée de vie infinie. Ils peuvent être imprimés, à l'identique, à tout moment.

Cette technique qui se tournait, à première vue, vers un public large apporte donc de nouvelles possibilités au designer. Cependant, s'agit-il d'une adaptation par défaut aux progrès de son époque ou est-elle au contraire nécessaire ?

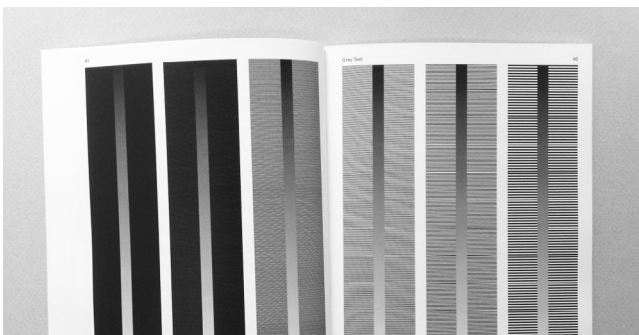


Echantillons de papier proposés par Blurb.





AND éditions et le collectif Åbåke, *Variable Format*, Londres, 2014  
 James Goggin et les étudiants de la Hochschule Darmstadt, *Dear Lulu*, 2008



### 13. Adaptation et épuisement des formes

S'adapter, selon l'étymologie latine du mot – *adaptare*<sup>1</sup> – signifie « ajuster à » mais renvoie aussi à une certaine aptitude à (*aptus* pour « apte »). Cela pourrait se traduire par une capacité à s'ajuster aux choses nouvelles.

Il me semble que le designer graphique, (en tant que praticien mais-surtout créatif), détient cette responsabilité : celle de se tenir informé de l'actualité. C'est en ayant connaissance des procédés actuels et des faisabilités à venir qu'il pourra proposer des réponses toujours plus justes, en adéquation avec les évolutions de son temps.

Pour cela, il s'agit d'abord de se familiariser avec les machines, afin d'en saisir leur fonctionnement et leurs atouts mais aussi les impasses. Pour y parvenir, il me semble nécessaire de les questionner et parfois même de les manipuler jusqu'à épuisement. Chose que réalise avec justesse James Goggin, dont nous parlions précédemment, mais aussi Jean Keller, dans une démarche artistique et



2. Jean Keller, *The black book*, Autoédition (Blurb et Lulu), 2013  
 Disponible sur les librairies numériques : <<http://urlz.fr/4uhe>>  
 et <<http://urlz.fr/4uhf>>  
 3. Alexandra Midal, « Art & Design / Bruno Munari », *Journal Particules*,  
 n°27, 2010. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u3j>>

### *Adaptation et épuisement des formes*

dénonciatrice, lorsqu'il crée *The black book*<sup>2</sup>, un volume de 740 pages intégralement imprimées d'encre noire. C'est le nombre maximum de pages autorisé qu'il sature, questionnant par ce geste le prix de l'encre aujourd'hui et celui d'un livre imprimé par ce biais. Un acte qui n'est pas sans rappeler les détournements des premières machines de bureautique par les créateurs de fanzines. Il s'agissait là d'une appropriation des outils Xerox par le grand public, mais aussi par les artistes. Bruno Munari, à cette période, a su saisir les avantages des progrès en manipulant les machines, au point d'en redéfinir leurs capacités. Par jeux de déplacements, il produisait des distorsions, créant ainsi des exemplaires uniques au moyen d'une machine de reproduction sérielle (le photocopieur). Ses *Xerographies originales* ont fait de lui le précurseur du mouvement copy-art, le présentant comme celui qui avait « découvert qu'il pouvait se servir de la machine comme d'un crayon pour un nouveau genre de dessins<sup>3</sup> ».

Enfin, s'adapter aux nouveautés, par curiosité ou par défaut, ne sous-entend pas qu'une marche arrière soit

4. Et comme l'écrit Robert Darnton, « un moyen de communication n'en chasse pas un autre, au moins à court terme. La publication de manuscrits prospéra longtemps après l'invention de Gutenberg ; les journaux n'éliminèrent pas le livre imprimé ; la radio ne remplaça pas le journal ; la télévision ne détruisit pas la radio et Internet ne poussa pas les spectateurs à renoncer à leurs postes de télévision. » Robert Darnton, *Apologie du livre – Demain, aujourd'hui, hier*, Gallimard, Paris, 2010, P.15-16

### *Adaptation et épuisement des formes*

impossible. Les plus anciennes techniques n'ont pas disparu et il reste possible de jongler entre les formes. Tout comme le photocopieur n'a pas fait disparaître le « beau livre », l'impression à la demande ne gommait pas de longs siècles d'histoire du livre<sup>4</sup>. S'adapter ne suggère aucunement qu'il faut supprimer les classiques de ses possibles mais plutôt s'enrichir des nouveautés pour agrandir son champ d'action.

Toutefois, si le graphiste s'approprie ce modèle d'impression grand public, c'est peut-être aussi parce qu'il peut y trouver une liberté dont il ne dispose pas toujours dans une voix professionnelle (cela dépend de la marge de manœuvre).

Jean Keller, *The black book*, Autoédition (Blurb et Lulu), 2013





Mishka Henner, *Astronomical*, 2012  
Michael Mandiberg, *Print Wikipedia*, 2015

Des épuisements de livres, dont les contenus se veulent aussi parfois illimités. C'est une caractéristique qui se retrouve au cœur des pratiques de plusieurs autres artistes contemporains. Misha Henner par exemple, utilise ce moyen d'impression pour enfermer notre système solaire en 12 volumes limités à 130 exemplaires. Quant à Michael Mandiberg, c'est au moyen de la plateforme Lulu qu'il choisit d'imprimer l'intégralité de Wikipédia.





## 14. Un terrain pour l'expérimentation

Cette technique représente en effet un nouveau terrain pour le designer graphique, favorisant l'autoédition et la création personnelle en parallèle de projets menés par des commanditaires. Parce qu'il maîtrise l'intégralité du projet et qu'il se libère de toute contrainte, il peut aborder une pratique a priori plus détachée.

Sur ce terrain, il rejoint donc l'amateur, en ce sens où il peut s'élancer dans une expérimentation créative, ou en tout cas, y trouver une opportunité pour aboutir à un projet auto-initié. En ayant carte blanche, rien ne l'empêche alors de transgresser les codes.

En 2012, le Festival de l'affiche et du graphisme de Chaumont proposait à une vingtaine de graphistes français le projet *Babel on demand*<sup>1</sup>. En partenariat avec l'entreprise Blurb, l'invitation avait pour dessein de « créer une nouvelle collection de livres, sans thème imposé, laissant le soin à chaque invité de déterminer le propos de son ouvrage<sup>2</sup> ».

### *Un terrain pour l'expérimentation*

Une collection dans laquelle, « au-delà du classique travail de mise en forme », le graphisme est apprécié « comme un moyen de donner corps à un projet<sup>3</sup> ».

Dans ce contexte, il semble évident que l'impression à la demande puisse servir de laboratoire d'expériences. Loin de toute exigence imposée par un commanditaire, le graphiste jouit d'une grande liberté d'expression. Il peut essayer de nouvelles formes, exploiter autrement l'espace des pages ou proposer un sujet qu'il n'aurait peut-être jamais soumis pour une publication officielle.

Si plusieurs textes font références au livre, à la collection ou à la bibliothèque, une autre partie présente principalement des livres de dessins ou de photographies, qui appellent davantage à la contemplation. On perçoit chez certains une pratique plus reposée, qui ne cherche pas à tout pris à « bien faire », mais qui concentre en revanche une véritable réflexion personnelle. Dans leur ensemble les compositions semblent plus simples, toujours construites mais sans qu'aucune grille ne se fasse vraiment ressentir. Le

### *Un terrain pour l'expérimentation*

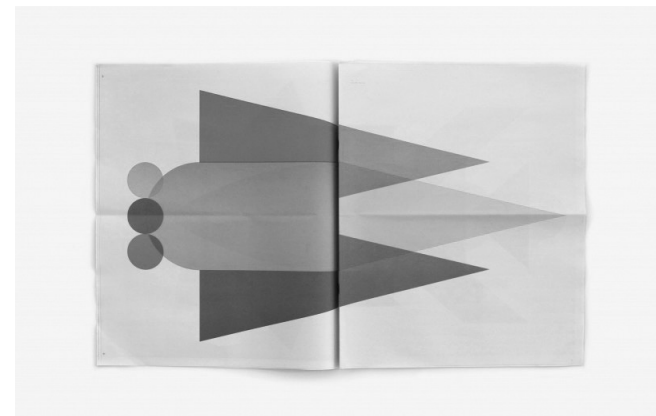
graphiste se détache peut-être d'un design que Jost Hochuli qualifie de « systématique<sup>4</sup> », laissant une plus grande part pour l'intuition et la spontanéité.

Dans cet élan Fanette Mellier, graphiste française, a pu travailler en 2012 sur un support qu'elle n'avait eu l'occasion d'appréhender qu'une seule fois, celui du journal<sup>5</sup>. Par l'écriture d'une série de formes colorées que l'on peut modeler en changeant l'ordre des pages en les regardant à travers la lumière, elle accorde davantage d'importance au jeu qu'à la composition. Ses lecteurs peuvent manipuler l'objet, intervenir et désordonner la séquence, c'est un jeu de construction qui ne détermine pas une unique lecture mais plusieurs.

Enfin, si quelques artistes précédemment cités interrogent ce nouveau genre de publications, il me semble pourtant à ce jour que peu d'expérimentations aient été réalisées au point de redéfinir de nouvelles frontières. La forme du livre ne se voit pas transformée, il s'agit d'un terrain d'expérimentation ouvert.



Fanette Mellier, *Decollo*, Villa Médicis, Autoédition (Newspaper Club), 2012



Prill Vieceli Cremers, “Attend attend” – “J’attends, j’attends”,  
pour «Babel on Demand», Chaumont, 2012  
Yannis Perez, *Ivre*, pour «Babel on Demand», Chaumont, 2012

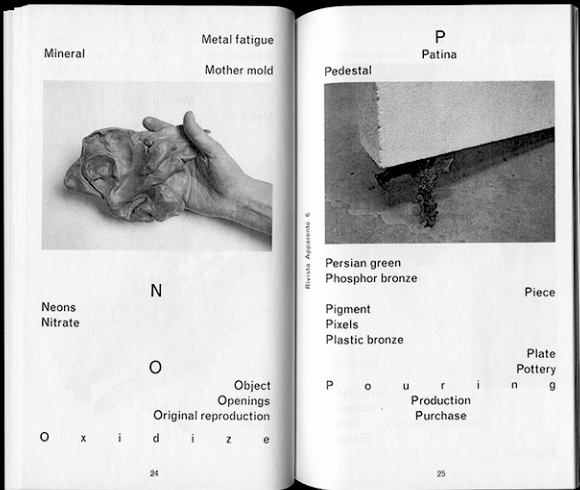


Never start  
on a  
left page

there will be  
the title again  
but as we don't have  
one

Dans cette série d'édition, un matériel complémentaire  
à chaque nouvelle exposition nous est donné à lire. Si le  
livre conserve une forme ordinaire, semblable à celle d'une  
«brique<sup>6</sup>», Anna Haas conçoit pour chaque numéro une  
mise en page toujours plus différente des classiques.

6. Yvonne Johannot, op.cit., p.26  
Anna Haas et Corrado Folinea, *Rivista Apparente*, Imprimé via Lulu, 2013






[E]



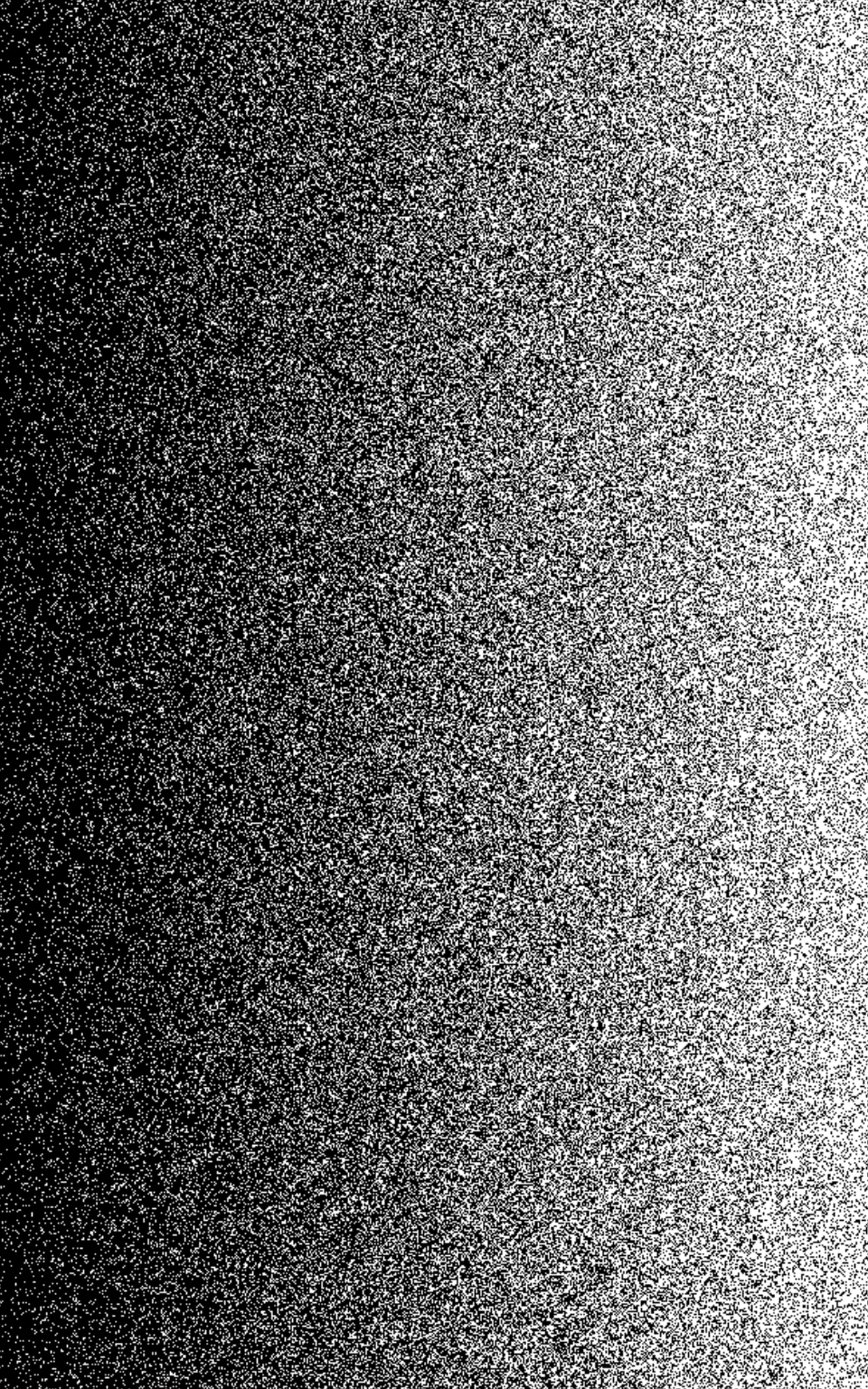
**LIBRAIRIE**  
EZ LES LIVRES DE LA COMMUNAUT

ACTUALISER LES BALISES 

**#design**  
2918 books

[E]





définitions  
croisement  
horizontalité

## Niveau 0

outils  
DIY  
standards  
prédéfinis

librairie  
commune  
confusion  
mélange

amateur

1. Un terme notamment utilisé par l'entreprise Newspaper Club, visible depuis ce lien : <http://www.newspaperclub.com/create>
2. Voir page 29-30
3. Il suffit de saisir l'expression DIY depuis le moteur de recherche de Youtube par exemple, pour en comprendre l'ampleur.

## 15. Des standards

Tous s'engagent donc, pour des raisons différentes, sur un terrain commun. Comme une étroite union, ne serait-il pas question d'une symbiose entre ces diverses pratiques ?

D'autres similitudes entre ces deux usagers (amateurs et graphistes) sont en effet à relever pour parvenir à expliquer cette confusion.

Tout d'abord, il est important de revenir sur l'expression *Do It Yourself*, utilisée par certains sites<sup>1</sup> pour désigner une création autonome. Si ce vocabulaire coïncide avec l'apparition du *fanzine*<sup>2</sup>, il semble qu'il soit employé de nos jours avec excès. Dans de nombreux tutoriels, il est en effet courant de retrouver ces mots clés. Des vidéos proposent d'apprendre à créer de nombreux éléments (de décoration, par exemple) à partir de matériaux de récupération<sup>3</sup>. Il s'agit de donner une seconde vie aux objets ou d'en réaliser un *soi-même* pour une petite somme d'argent (bien moindre que pour un objet neuf et manufacturé).

### Des standards

Fabriquer soi-même, avec peu de moyens et de manière indépendante, telle est donc l'idée véhiculée. Cependant, lorsque sont désignés par cette expression tous les habitués des logiciels de création professionnels, une question se pose : peut-on vraiment parler de DIY ?

Contrairement au *fanzine*, l'impression à la demande ne nécessite aucun geste de fabrication manuel : le travail se fait sur ordinateur à partir d'un logiciel conçu pour la création. Ciseaux, colle et papier sont imités numériquement. Il ne s'agit donc pas réellement de fabrication mais, comme le terme l'indique, de création assistée par ordinateur. Dans cette locution, nous avons peut-être un élément de réponse.

À la différence de l'amateur, le professionnel a déjà acquis une maîtrise du logiciel. Outre son expérience et son talent, qui l'opposent naturellement aux plus novices, nous avons vu qu'il disposait d'outils bien plus fins, davantage perfectionnés pour aboutir à ses idées. Des outils qu'il manipule avec

4. ARTHR est un logiciel gratuit de création assistée par ordinateur, spécialement adapté aux formats des journaux proposés par Newspaper Club.
5. Anthony Masure, « Adobe, le créatif au pouvoir ? », Revue numérique *Strabic*, juillet 2011. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u4m>>

### Des standards

aisance, lui permettant de traduire ses choix en concevant lui-même la structure des gabarits qu'il utilisera. C'est en ce sens probablement qu'un site comme Newspaper Club entend opposer une pratique DIY d'une autre, guidée par le logiciel gratuit ARTHR<sup>4</sup>. Néanmoins, lorsqu'il utilise un logiciel Adobe, un professionnel n'emprunte-t-il pas, lui aussi, des outils automatisés ?

Qu'il s'agisse d'une version plus ou moins développée, amateurs et professionnels disposent en effet tous deux d'instruments plus ou moins assistés. Cette question de l'outil est soulevée par Anthony Masure dans son article *Adobe*<sup>5</sup>. Il y souligne que la pratique se « fait essentiellement par la « sélection » d'actions à partir de menus prédéfinis. » Des fonctions « présaisies » donc, qui visent à simplifier le travail de l'utilisateur, mais qui empêchent (par cette automatisation) tout « imprévu ». C'est justement cette imprévisibilité, assez représentative des *fanzines*, qui s'avère ici disparaître. Bien qu'il puisse produire des formes créatives et de qualité, l'utilisateur se trouve dépossédé d'un geste authentique.

6. Un produit marketing de base inclu, au même titre que de nombreux objets, dans une tendance à la personnalisation de masse (relevé en page 63).

### *Des standards*

D'autre part, ils se rapprochent aussi dans le fait de créer des compositions singulières (pour ne mentionner que le contenu), dont les contours se définissent par des objets standardisés. Si l'intérieur du livre se compose d'idées ou d'histoires originales, nées de l'imaginaire de son auteur, la forme qui l'accueille n'en demeure pas moins conforme. Les contours, aussi nombreux soient-ils, pré-existent à l'idée même du projet, dans l'attente d'un remplissage personnalisé. Le livre figure donc comme un « produit <sup>6</sup> », une matière première déjà moulée et prête à l'emploi.

Finalement, si tous témoignent d'une envie d'autonomie par l'autoédition, ils utilisent des outils d'utilité similaire et des formes limitées, les portant au même rang d'utilisateur asservis aux mêmes limites.

1. Librairie Blurb : <http://www.blurb.fr/bookstore>  
 Librairie Lulu : <https://www.lulu.com/shop>  
 Librairie Newspaper Club : <http://www.newspaperclub.com/newsagent>

## 16. Librairie commune

Une confusion, c'est aussi ce que l'on remarque sur les librairies en ligne <sup>1</sup> : toutes les publications s'y mélangent. Les éléments sont classés par thème et par mots clés mais aucune distinction hiérarchique ne les dissocie.

Ainsi, que l'on soit romancier en herbe, amateur de photographie, étudiant, chercheur ou designer graphique, la librairie propose une même visibilité pour tous. La seule manière d'ordonner les fichiers se fait selon le domaine choisi par l'auteur pour identifier rapidement son contenu. On y retrouve souvent les catégories qui suivent : Art et photographie ; Cuisine ; Littérature et Fiction ; Poésie ; Religion ; ou encore Sport et Aventure etc. Un grand ensemble de thèmes clés donc, rangeant ces *auteurs* à la manière d'une librairie réelle.

En témoigne la plupart des exemples sélectionnés pour ce mémoire et la difficulté à démarquer les productions artistiques des plus profanes. Les premières rencontres

2. Post-digital publishing est une page sur laquelle Silvio Lorusso archive, collecte et présente des projets d'arts et de design à la croisée de l'édition et des technologies numériques.  
Silvio Lorusso, Post-Digital publishing, *p-dpa.net*

D'autres lieux, comme The Library of the Printed Web fondée par Paul Soulellis en 2013, archivent également et de plus en plus, des objets imprimés par la technique de l'impression à la demande. Un site et un Tumblr (et désormais une édition) sont consultables en ligne.  
Paul Soulellis, *Printed web*, <http://libraryoftheprintedweb.tumblr.com>  
et <http://printedweb.org>

### *Librairie commune*

se sont faites selon trois ou quatre méthodes. Il s'agissait d'abord de lister un petit nombre d'auteurs, dont les ouvrages imprimés à la demande m'étaient connus, puis de vérifier si d'autres n'avaient pas été produits par le même biais. Dans un second temps, le référencement s'effectuait depuis une recherche Internet – principalement depuis Google – à partir de combinaisons simples de mots clés comme *artist* et *print on demand*. Chaque fois qu'un volume semblait imprimé par ce biais, la vérification du type d'impression suivait. La découverte de bibliothèques en ligne, comme celle de Silvio Lorusso<sup>2</sup> artiste designer et chercheur néerlandais, archivant par catégorie des ouvrages imprimés par cette technique, m'ont également permis de prendre connaissance de quelques nouveaux livres. Par ailleurs, après avoir manipulé de nombreux mémoires étudiants dans les archives de l'école, les caractéristiques de ces objets me sont devenues familières. Parce qu'il s'agit souvent de petites quantités et que ces formes sont normalisées, la reconnaissance se fait plus facilement pour un grand poche ou un journal, les deux sorties les plus utilisées. Si la

### *Librairie commune*

couverture est pelliculée, les papiers intérieurs bouffants et l'impression noir et blanc légèrement grisée, il peut vite s'agir d'un petit format économique imprimé par ce biais. Enfin, lorsqu'un élément me semblait correspondre à ce moyen sans pourtant le préciser, il s'agissait de procéder au cheminement inverse : depuis les librairies numériques, en tapant le nom du graphiste ou du projet, sinon en cherchant une trace depuis les pages et les blogs tenues par ces entreprises d'impression.

Une quête donc, prouvant bien qu'il n'existe en ces pages aucune distinction entre une production professionnelle et artistique ou non ; les librairies sont communes et harmonisées pour ne différencier aucun niveau.

Paul Soulellis, *Printed web 3*, Autoédition (Blurb), 2015



1. Voir fiche annexe, pages 105 et 106.
2. Amateur de, « celui qui aime ». Amateur. Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, [cnrtl.fr](http://cnrtl.fr)

## 17. Amateur et amateur

Les différences – et similitudes – entre amateur et professionnel ayant été examinées, il reste toutefois un point à relever : les nombreuses définitions de l'amateur, qui sont aujourd'hui fréquemment questionnées.

Jusqu'ici, afin de distinguer un non-professionnel d'un initié, j'utilisais régulièrement ce terme. Il s'agissait de présenter un novice qui produisait son livre par plaisir ou par loisir, mais aussi par dilettantisme. Une personne sans connaissance particulière cherchant à aboutir à un résultat fini, «comme un professionnel<sup>1</sup>».

Cependant, lorsqu'il s'agit d'un professionnel ou d'un artiste, sinon les deux à la fois, le terme d'amateur peut aussi s'appliquer au sens d'un amoureux d'arts ou de livres<sup>2</sup>, un passionné créatif en quête d'expérimentation, loin de tout contexte professionnel ou au contraire, portant un questionnement très attaché à sa pratique. Or les pratiques artistiques ne cessent de montrer un

3. Revue *Profane*, n°1, Paris, 2015, p.71
4. « Le web contemporain est devenu le royaume des amateurs. » Patrice Flichy, op.cit., p. 7
5. Ibid.
6. Ibid., p.91

7. Ibid., p.87

8. André Gunthert, Ne parlons plus des amateurs. *L'atelier des icônes*, 2013. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4u4p>>

### *Amateur et amateur*

intérêt grandissant et évident pour des images et des pratiques populaires.

En somme, « l'amateur n'a pas de profil-type. Il est une polysémie. Un palais. Une surprise. Il est d'abord et avant tout un être qui tente, essaie, y croit, tâtonne et désire<sup>3</sup>. »

À l'image d'une symbiose, nous pourrions peut-être parler d'amateur et d'amateur. En effet, si les définitions s'avèrent aussi proches qu'éloignées, il me semble qu'il s'agit de pratiques aujourd'hui difficiles à décroiser. À travers un projet auto-initié, parfois expérimental, et l'utilisation de livres normalisés, le professionnel emprunte une attitude et un chemin de production populaire. Il agit dans le même « royaume » que tout autre amateur<sup>4</sup>.

Dans le *Sacre de l'amateur*<sup>5</sup>, Patrice Flichy en analyse les différentes figures à travers les pratiques de la photographie numérique, du blog, du journalisme ou de la musique. Il en admet quelques relations plus « égalitaires<sup>6</sup> » entre amateurs et spécialistes à cette heure où

### *Amateur et amateur*

les pratiques Internet reflètent un mouvement « d'individualisme contemporain<sup>7</sup> ».

De plus en plus, les différents acteurs répondent au nom de pratiques assez similaires. Si la distinction n'est pas automatique, les pratiques liées à cette époque tendent à supprimer les différenciations entre chacun de ces acteurs. Peut-être faudrait-il douter de l'emploi de ce terme et préférer parler d'un « web des acteurs<sup>8</sup> », comme le propose André Gunthert, commun pour tous les usagers.





## 18. Interpénétration et nouveau livre

À cette heure du tout numérique, où quiconque peut s'improviser auteur et publier à la minute, nous assistons à une utilisation croissante des plateformes d'autopublication.

C'est en ouvrant considérablement le champ des possibles en matière de personnalisation et de tirages que les outils donnés ont séduit un large public, désireux de s'affranchir de toute contrainte et de toute autorité. Si elle ne permet pas en premier lieu aux plus novices d'atteindre un statut professionnel, cette technique reflète toutefois une éclosion de créateurs amateurs, témoignant d'un désir d'autonomie caractéristique de notre époque.

Pour le graphiste en revanche c'est un nouveau terrain, tant sur un plan expérimental que professionnel. Il peut y recourir dans le cadre d'une commande en petite quantité aussi bien que pour l'édition d'un projet personnel, pour

### *Interpénétration et nouveau livre*

une pratique à la fois publique et privée. La technique peut être ainsi considérée au même titre qu'une méthode plus classique.

Quant aux frontières questionnées entre ces différents usagers, l'impression à la demande semble en abolir les distances. En effet, bien que les intérêts et les bagages puissent être différents, les pratiques soulignent une interpénétration générale : les uns aspirent à obtenir un résultat propre et fini similaire aux « livres ordinaires<sup>1</sup> » tandis que les autres s'approprient un nouvel outil grand public pour travailler le livre avec plus de liberté. Aucune véritable distinction ne semble en fait appropriée si l'on tient compte de la définition complète d'un amateur. Nous pourrions donc parler d'une horizontalité générale, à travers laquelle n'existe aucune hiérarchie. Avec l'impression à la demande, tous les usagers sont ramenés au même niveau.

En ce qui concerne enfin les caractéristiques de ce nouveau livre, c'est un objet dont la définition se voit

### *Interpénétration et nouveau livre*

aujourd'hui déconstruite et bouleversée. Les changements qu'apportent les réseaux sociaux dans les différents rapports humains se retrouvent dans cette nouvelle configuration du *codex*<sup>2</sup>. S'il s'agit à l'origine d'un objet clos, de partage et de circulation, l'impression à la demande le fait évoluer en un volume que l'on imprime pour soi : un exemplaire unique n'ayant pour lecteur que son seul auteur.

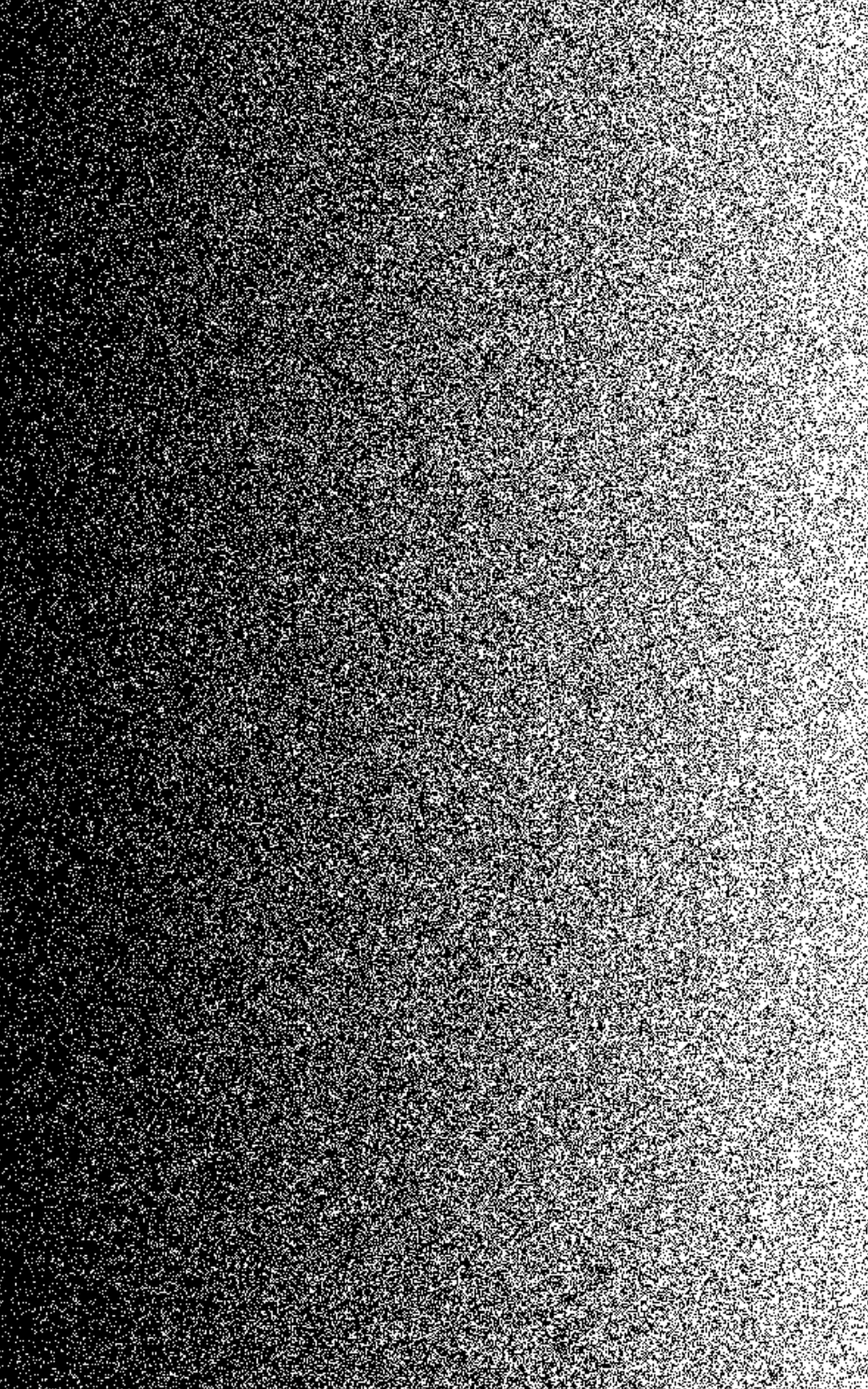
Ce livre s'inscrit également dans une continuité logique au numérique : c'est un ouvrage instantané que l'on peut modifier avant chaque nouvelle commande, à la croisée du blog et du papier.

Un livre aussi vivant qu'immobile donc, que l'on utilise autant pour sa nouvelle mobilité que sa capacité à figer.

Un livre enfin qui n'est peut-être plus un livre, dont le vêtement resterait identique aux plus anciens mais dont les nouvelles propriétés l'amèneraient à se tenir à l'écart.

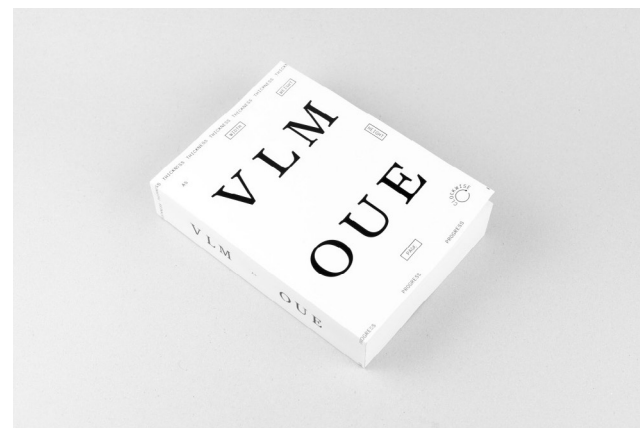
### *Interpénétration et nouveau livre*

En résultent donc de nouveaux cycles, à la fois matériaux et humains, aux possibilités illimitées mais aux liaisons raccourcies. Un nouvel âge que l'on pourrait autant élargir à la transposition Internet d'autres métiers de la chaîne du livre, comme le nouveau libraire *booktuber*<sup>3</sup>.



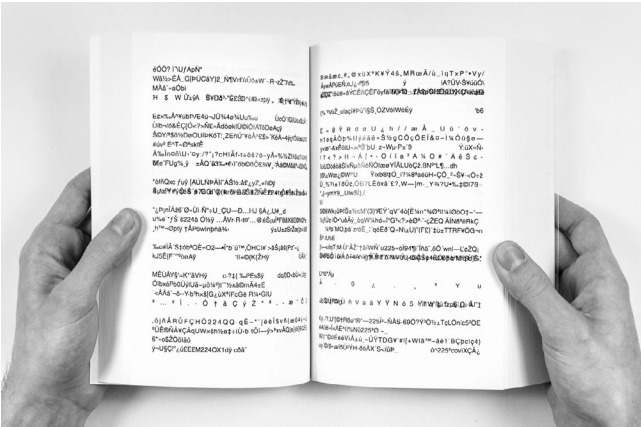
Images annexes

Luigi Amato et Roberto Arista, *VOLUME*, Autoédition (Lulu), 2014



Inspirée par Ulises Carrión, cette publication présente le livre comme un élément autonome. C'est un volume dans un espace, dans lequel les aspects physiques du *codex* (dimensions, poids, numéros de page, etc.) et les modes de réalisation deviennent le contenu même du livre. | Traduction personnelle, d'après une description de Silvio Lorusso, op.cit., *p-dpa.net*. Disponible sur : <http://p-dpa.net/work/volume/>

Mishka Henner, *IMG01 Australian-troops-passing-014.jpg*, Autoédition (Lulu) accompagnée d'un tirage argentique, 2014.



Une photographie historique prise par James Francis Hurley en octobre 1917 est ici transformée et donnée à lire sous forme de lignes de code informatique, propres à chaque visual numérique. | D'après un article de Rémi Coignet, « Mischka Henner IMG01... », Blog *deslivresetdesphotos*, mars 2015. Disponible sur : <<http://urlz.fr/4usK>>

Silvio Lorusso et Sebastian Schmieg, *56 Broken Kindle Screens*, Autoédition (Lulu), 2012.



Cet ouvrage recueille des photographies d'écrans de liseuses brisés. C'est une compile de compositions numériques formées par accident et enregistrées en un volume papier.

Joachim Schmid, *Other People's Photographs*, Autoédition (Blurb), 2011.



Il s'agit ici d'une collection de 96 livres comportant chacun une sélection d'images amateurs recueillies sur Internet, puis classées par thématiques possibles. Deux ouvrages principaux sont également accessibles au public depuis le site Lulu.

À travers trois projets d'anciens étudiants enfin (pages suivantes), le livre imprimé à la demande est montré comme une matière première, un support brut que l'on modifie dès sa réception pour correspondre à un projet précis. Par augmentation, recoupage ou ré-impression, il s'agit de gestes à nouveau manuels, à la fois complémentaires et opposés à la machine. Les normes et les standards imposés par ce moyen d'impression sont ainsi quelque peu contournés.

Paul de Lanza,  $^{47}\text{Ag}^{107.9}$ , Autoédition (Newspaper Club), 2013.



Couverture complétée d'une couche argentée par sérigraphie.

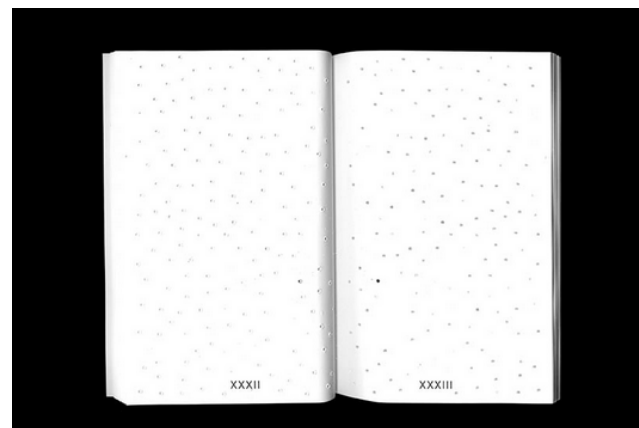
Graham Jones, *Checkout*, Autoédition (Newspaper Club), 2012.



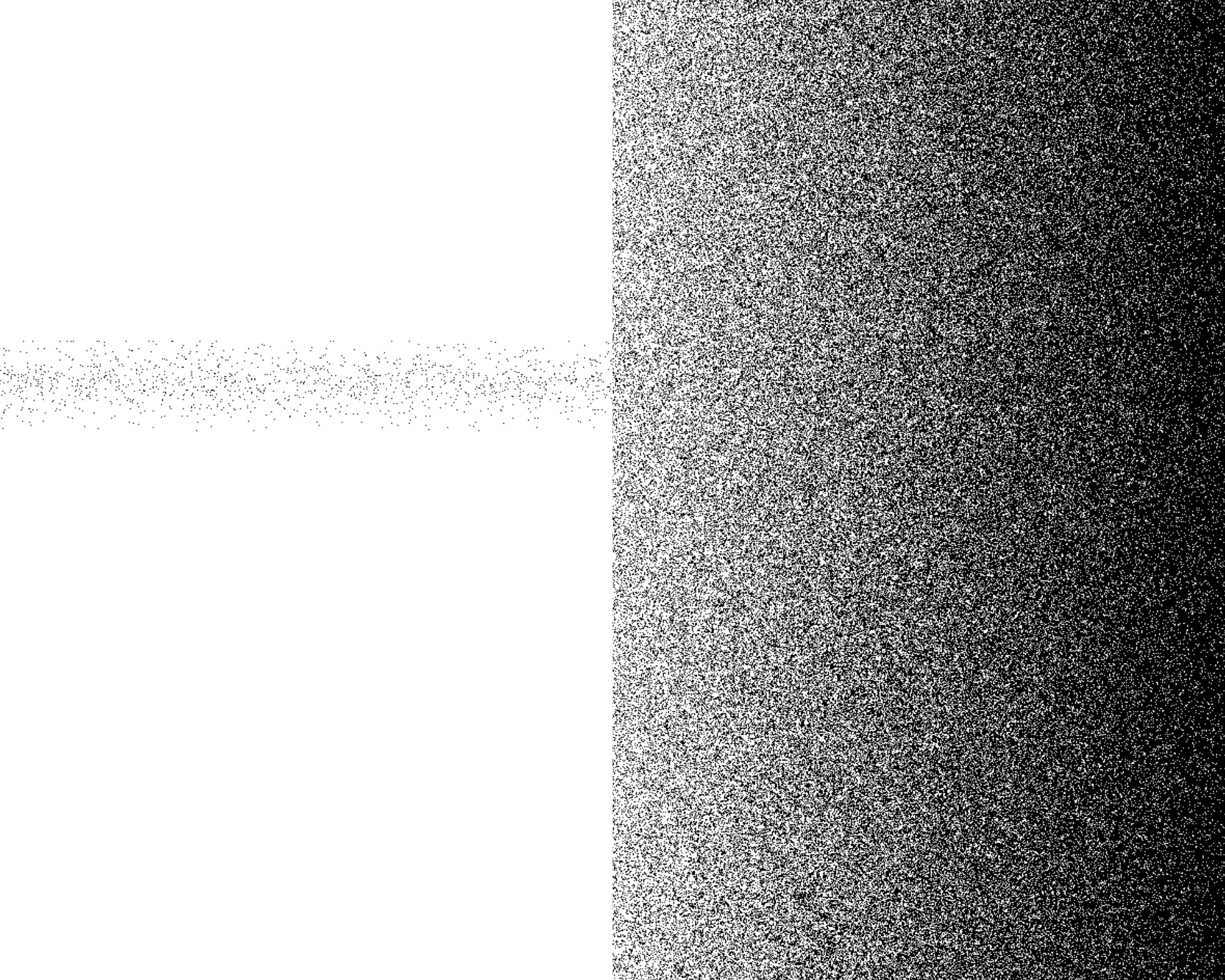
Journal recoupé en un format poche.



Gaël Gouault, Alban Leven et Valentin Robinet, en collaboration avec Jules Imbert, *Sans-Titre*, Autoédition (Blurb), 2014.



Par ce geste franc (perforation), tiraillant avec la machine, chacun de ces livres blancs devient ici une sculpture à part entière. L'action apportée neutralise autant le livre qu'elle le fait évoluer en un objet de lecture singulier. Chaque composant se démarque ainsi au sein d'un tirage unique, lui-même limité à 10 exemplaires.



## Bibliographie / Sources

L'amateur

Roland Barthes, « L'Amateur », in *Roland Barthes*, Editions du Seuil, Paris, 1975

Patrice Flichy, *Le sacre de l'amateur*, Editions du Seuil, Paris, 2010

André Gunthert, Ne parlons plus des amateurs. *L'atelier des icônes*, septembre 2013. Disponible sur : <http://urlz.fr/4u4p>

Claire Le Thomas, *Quand l'atelier se fait texte : les livres de travaux amateur...*, Presses universitaires de Rennes, 2014. Disponible sur : <http://hal-01074996>

Revue *Profane*, Paris, 2015

Autoédition/Fanzine

Caroline De Malet, Quand l'auto-édition bouscule l'édition traditionnelle, *Le Figaro*, 2013. Disponible sur : <http://urlz.fr/4u2u>

Samuel Etienne, « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère... *Revue Volume*, 2003. Disponible sur : <http://urlz.fr/4u2o>

Teal Triggs, *Fanzines. La révolution du DIY*, Editions Pyramyd, Paris, 2010

Louis Wiart, À qui profite vraiment l'autoédition ?, Archives *Ina*, octobre 2016. Disponible sur : <http://urlz.fr/4bSt>

L'autoédition, Papier ou numérique, d'excellentes solutions existent pour se passer d'un éditeur, *Editions Humanis*, Disponible sur : <http://urlz.fr/4u2r>

L'art appropriationniste

André Gunthert, *L'oeuvre d'art à l'ère de son appropriation numérique*, Les Carnets du BAL, n°2, octobre 2011, p. 135-147

Stan Neumann, Série Documentaire : *Les appropriationnistes*, ARTE & Le Centre Pompidou, France, 2012

### Bibliothèque idéale

Mathieu Andro et Sophie Klopp,  
L'impression à la demande  
et les bibliothèques, BBF,  
13 février 2015. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u4h>>

Jorge Luis Borges,  
*Le livre de sable*, Editions  
Gallimard, Paris, 2001

Jorge Luis Borges, *Fictions*,  
Editions Gallimard, Paris, 2009

« Babel on demand », catalogue  
23<sup>e</sup> Festival de l'affiche et du  
graphisme de Chaumont, 2012

### Chaîne du livre

Vincent Chabault,  
*Vers la fin des librairies ?*,  
La documentation  
française, Paris, 2014

André Gunther, Qu'est-ce  
qu'un livre ? *L' image sociales*,  
avril 2016. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u2i>>

Eric Hazan, *Pour aboutir à un livre*,  
Editions La fabrique, Paris, 2016

### Design graphique

Annick Lantenois,  
*Le vertige du funambule*,  
Editions B42, Paris, 2013

Jost Hochuli, « Un design  
de livre "systématique" ? »,  
Revue *Back Cover*, n° 4, Paris,  
Hiver/Printemps 2011, p.46-53

Anthony Masure, « Adobe, le créatif  
au pouvoir ? », Revue numérique  
*Strabic*, juillet 2011. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u4m>>

### Ecrivains 2.0

Sinatou Saka, « L'auto-édition  
numérique, nouvel eldorado  
des écrivains », *France 24*,  
octobre 2016. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u4e>>

Demain, 65 millions  
d'écrivains ? *France Culture*,  
novembre 2013. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u4b>>

### Espresso Book Machine

Alain Beuve-Méry, « Les PUF  
inventent la librairie du futur »,  
*Le Monde*, mars 2016. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u3v>>

Librairie des Presses Universitaires  
de France, [www.puf.com](http://www.puf.com)

### Histoire du Livre

Robert Darnton, *Apologie  
du livre – Demain, aujourd'hui*,  
hier, Gallimard, Paris, 2010

Charlotte Denoël et Marie-Pierre  
Laffitte, Trésors carolingiens...  
*Bibliothèque nationale de France*,  
2007. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u12>>

Georges Jean, Du *volumen* au *codex*.  
Site pédagogique de la *Bibliothèque  
nationale de France*, Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u13>>

Jean-Yves Mollier,  
*Une autre histoire de l'édition française*,  
Editions La fabrique, Paris, 2016

Elisabeth Parinet,  
*Une histoire de l'édition à l'époque  
contemporaine, XIX<sup>e</sup> - XX<sup>e</sup> siècle*,  
Editions du Seuil, Paris, 2004

### Livre de poche

Yvonne Johannot,  
*Quand le livre devient poche*,  
Presses universitaires  
de Grenoble (PUG), 1978

Christian Bourgeois et le  
phénomène du livre de poche,  
*Archives Ina*, 1981. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u2S>>

Le magazine *Historia* retrace  
l'histoire du Livre de Poche...  
Editions *Le livre de poche*,  
janvier 2013. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u2P>>

### Mutation du Livre

Mohammed Aïssaoui,  
« L'autoédition dépasse l'édition »,  
*Le Figaro*, juin 2009. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u0X>>

Françoise Benhamou,  
*Le livre à l'heure numérique*,  
Editions du Seuil, Paris, 2014

François Bon, *après le livre*,  
Editions du Seuil, Paris, 2011

Jean-Claude Carrière & Umberto  
Eco, *N'espérez pas vous débarrasser  
des livres*, Editions Grasset  
& Fasquelle, 2009

Ulises Carrión,  
*Quant aux livres*, Editions  
Héros-Limite, Genève, 2008

Alessandro Ludovico, *Post-Digital  
Print. La mutation de l'édition depuis  
1894*, Editions B42, Paris, 2016

Laurent Martinet,  
« François Bon : "On n'a même plus  
besoin du terme 'livre'" », *L'Express*,  
mars 2011. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u1d>>

L'objet livre se remet à courir,  
*France Culture*, Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u1g>>  
(Dernière consultation 25.06.2016)

Quel avenir pour le livre made in  
France, *France Culture*, Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u1l>>  
(Dernière consultation 28.06.2016)

### Pratiques Internet

Dominique Cardon,  
*La démocratie Internet*,  
Editions du Seuil, Paris, 2010

Philippe K. Dick,  
« Payez l'imprimeur »,  
in *La planète impossible*,  
Pocket édition, Paris, 1989

Emily King, Syndicat et M. Laurette  
présentent... Centre international  
du graphisme, 2015. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u44>>

La révolution numérique, Archices  
*Ina*, janvier 2013. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u3A>>

Thierry Noisette,  
« 3,4 milliards d'internautes... »  
*Rue 89*, février 2016. Disponible  
sur : <<http://urlz.fr/4u45>>

### Print on Demand

François Bon, Le Tiers  
Livre, *tierslivre.net*

Marie-Laure Cahier et Elisabeth  
Sutton, *Publier son livre à l'ère  
numérique*, Groupe Eyrolles,  
Paris, 2016

Sophie Rahal, « Faire imprimer  
ses livres à la demande : la fin  
des coûts de pilon ? », *Télérama*,  
mars 2016. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u3w>>

Morris Rosenthal,  
*Print-on-demand Book publishing*,  
Foner Books, Springfield, 2004

Grâce à l'impression à la demande,  
des livres anciens retrouvent le  
chemin des librairies, *Hachette Livre*,  
27 juin 2013. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u4q>>

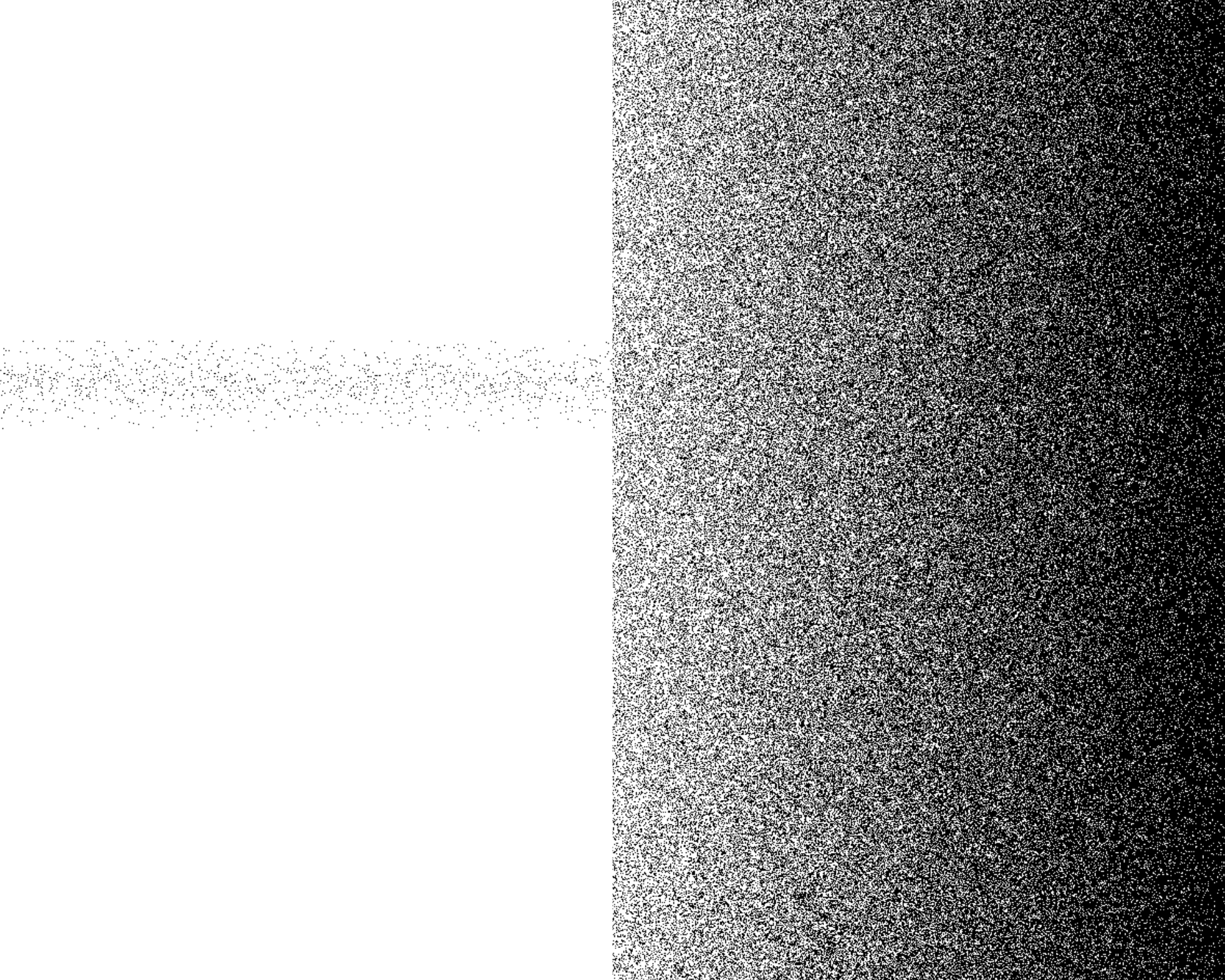
### Reproductibilité

Walter Benjamin, *L'oeuvre d'art à  
l'époque de sa reproductibilité technique*,  
Editions Allia, Paris, 2012

Bill Michael, Celebrating 25 Years  
of Xerox DocuTech ..., Blog *Xerox*,  
octobre 2015. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u3c>>

Alexandra Midal, « Art & Design /  
Bruno Munari », *Journal Particules*,  
n°27, 2010. Disponible sur :  
<<http://urlz.fr/4u3j>>





Impression

Blurb.fr

Typographie

Crimson (par Sebastian Kosch)

Images / Ouverture de chapitre

[A] Xerographie. 1953

Un b cher plein de poudre engendre  
une image de Benjamin Franklin  
grâce   l lectricit  statique.

[B] Ben Terrett, Tom Taylor  
et Russell Davies, *Things Our  
Friends Have Written On The  
Internet*, Premier journal  
Newspaper Club, 2008

[C] Krzysztof Kies owski, *El amator*,  
Affiche de film (version française)  
réalisée par Andrzej P gowski, 1979

[D] Pierre Vanni, Catalogue Maba  
*En Thulé Froiduleuse*, Imprimé  
via Newspaper Club, 2013

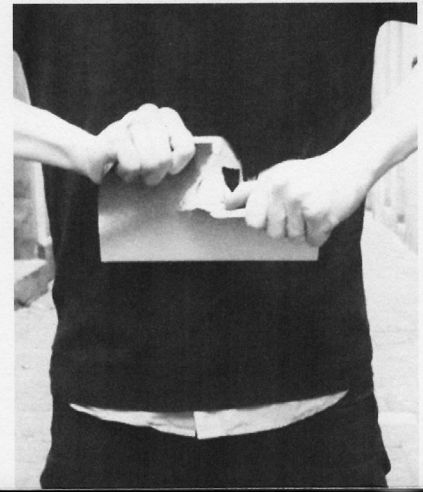
[E] Librairie en ligne, Accueil *Blurb.fr*

Merci  

Jérôme Saint-Loubert Bi   
Franck Knoery  
Cyrille Bret  
George Dupin  
et Georges Vernat



... nous avons de la chance  
teurs d'un design tel que nous sommes de la culture  
... nous avons de la chance



**It's raining  
books**

Marine Bigourie  
Mémoire de fin d'études  
DNSEP Strasbourg 2016  
Communication graphique



