

Comment le numérique change la lecture

ARNAUD GANCEL, AVEC MYLÈNE MOULIN, PHOTOS OLIVIER DION

Devant une salle comble, les intervenants du nouveau Forum *Livres Hebdo* ont traité des principaux enjeux, économiques, mais aussi culturels de la révolution numérique en cours. Du bouleversement des pratiques de lecture aux innovations de l'édition numérique, les incertitudes demeurent nombreuses. Mais les éditeurs sont prêts à s'adapter.

“Pour le moment, la lecture numérique bloque la pratique de la lecture en tant qu'exercice culturel.”

ALAIN GIFFARD, GIS
CULTURE, MÉDIAS
& NUMÉRIQUE



Vendredi 7 mai à la Maison de l'Amérique latine. Jean-Luc Ferrante (éditions La Plage) intervient dans la salle.



a question qui a dominé vendredi 7 mai les interventions et débats du nouveau Forum *Livres Hebdo* est celle du plaisir de lire. Qu'il s'agisse de mesurer l'impact des nouvelles technologies sur les pratiques des lecteurs ou de dresser le bilan (mitigé) des premières expériences en matière d'édition numérique, les professionnels réunis à la Maison de l'Amérique latine sont tombés d'accord sur un point : le livre numérique n'entrera dans les mœurs qu'à condition de ne pas faire regretter au lecteur le plaisir du livre papier.

Pour Claire Bélisle, chercheuse en sciences sociales au CNRS, la partie n'est pas encore gagnée. D'abord parce que le plaisir de la lecture réclame, avec le numérique, davantage d'expertise : « *Sur ce nouveau support, la lecture suppose des compétences techniques nouvelles* », que tous les lecteurs ne maîtrisent pas. Ensuite, parce que le plaisir que nous prenons à lire repose sur un ensemble d'habitudes acquises durant l'enfance. Tirer un réel plaisir de la lecture numérique suppose donc « *que se créent de nouvelles habitudes* ». « *L'apparition récente des unités mobiles* » telles que l'i-Phone « *marque à cet égard un progrès* », ajoute aussitôt la chercheuse. Aux sceptiques qui se plaignent de la qualité médiocre de l'offre, Claire Bélisle rappelle qu'une transition technologique plus ancienne, le passage du manuscrit au livre imprimé, s'était elle aussi traduite par une grande perte de qualité, compensée peu à peu par les progrès de la technologie nouvelle.

Le support n'est jamais neutre. La transition technologique en cours ne peut donc se faire sans transformer, pour le meilleur ou pour le pire, nos habitudes de lecture : le support n'est jamais neutre à l'égard des pratiques. Alors que la lecture d'un livre papier appelle réflexion, intériorité, le format numérique semble au contraire déboucher sur une « *lecture d'immersion* », sollicitant et dispersant davantage l'attention du lecteur.

Un diagnostic confirmé par le psychologue Thierry Baccino qui insiste sur la manière dont l'écran modifie, sans que nous y prenions garde, notre rythme de lecture : « *Les fixations oculaires quand on lit sur écran témoignent d'une lecture plus fragmentée, moins continue que la lecture sur papier* », assure-t-il. Avec ce changement de

rythme, la lecture change aussi de sens, de fonction : « *On passe d'une lecture linéaire à une lecture principalement axée sur la recherche d'information*. » Quand Jean-Luc Ferrante, des éditions La Plage, lui demande si l'écran sonne nécessairement le glas de la lecture linéaire, Thierry Baccino insiste sur « *l'agression visuelle* » des écrans à rétro-éclairage, mais reconnaît que ceux qui fonctionnent à l'encre électronique échappent à la critique. Autre source de distraction : la « *multimodalité* » caractéristique des écrans, où se trouvent souvent juxtaposés des textes, des images et des vidéos. Aux yeux du psychologue, une « *révision en profondeur de l'ergonomie* » des nouveaux supports est donc souhaitable.

Alain Giffard, directeur du GIS (groupement d'intérêt scientifique) Culture, médias et numérique, pense au contraire que ce phénomène de distraction n'a rien d'accidentel, mais répond à une véritable stratégie économique. Selon lui,



“ Tirer un réel plaisir de la lecture numérique suppose que se créent de nouvelles habitudes. ”

CLAIRE BÉLISLE, CNRS



“ Les fixations oculaires quand on lit sur écran témoignent d'une lecture plus fragmentée. ”

THIERRY BACCINO,
UNIVERSITÉ DE NICE-
SOPHIA ANTIPOLIS



“ Tout le monde ignore encore quel sera le consentement à payer. ”

FRANÇOISE BENHAMOU,
UNIVERSITÉ DE PARIS-13

numérique menace de devenir simplement du « temps de cerveau disponible » exploité par les annonceurs. Le caractère fragmentaire et dispersé de la lecture en ligne, maintes fois signalé, reflète donc la compétition à laquelle se livrent sur le Web les « *industriels de la lecture* » pour capter l'attention des internautes.

Lecture numérique à deux vitesses. Bien sûr, Alain Giffard reconnaît que le Web et les nouveaux supports numériques rendent au lecteur d'aujourd'hui des services sans précédent : jamais une si grande quantité d'informations n'a été disponible pour tant de monde, et de manière aussi facile. Cependant, tous les lecteurs sont-ils à égalité face à cette manne ? A ses yeux, il ne fait guère de doute que « *seul un lecteur classique compétent, pourvu en outre d'un certain savoir-faire numérique* », peut réellement en tirer parti. Un « *lecteur classique* », autrement dit un lecteur pourvu d'esprit critique et capable de

la « *lecture d'immersion* » décrite par Claire Bélisle est favorisée par l'apparition récente d'une « *industrie de la lecture* », dont Google serait le fer de lance. L'objectif essentiel de cette nouvelle industrie, dont le succès économique repose principalement sur les recettes publicitaires, est de s'assurer le « *contrôle de l'attention des lecteurs* ». Contrairement aux éditeurs ou aux libraires, les acteurs de cette nouvelle industrie ne voient plus simplement dans le lecteur le destinataire d'un contenu, mais le destinataire potentiel des publicités qui financent l'offre de contenu. Pour Alain Giffard, « *dans ce nouveau contexte, la lecture n'a plus pour vocation principale de se prolonger dans l'intériorité, la réflexion, et devient une stratégie destinée à capter l'attention* ». En somme, le temps de la lecture

hiérarchiser les informations disponibles. Or, « *l'industrie de la lecture n'a pas pour vocation de former de tels lecteurs* ». On peut donc craindre que le numérique ne tende à renforcer les inégalités culturelles existantes, au lieu de favoriser la démocratisation culturelle que ses promoteurs appellent de leurs vœux. Le risque est de s'accommoder d'une lecture numérique à deux vitesses : « *Une lecture numérique pour riches d'un côté, une lecture numérique pour pauvres de l'autre*. » Interrogé sur cette formule par Anne Bollé, responsable du site Internet du Motif (Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France), Alain Giffard se réfère au dernier rapport d'Olivier Donnat (1) sur les pratiques culturelles des Français et explique que la continuité culturelle qui s'observait encore, il y a //



La première tribune du forum, de gauche à droite : Claire Bélisle (CNRS), Fabrice Piault (Livres Hebdo), Alain Giffard (GIS Culture, médias & numérique), Thierry Baccini (université de Nice-Sophia Antipolis), Françoise Benhamou (université de Paris-13).

« LA LECTURE NUMÉRIQUE CHANGE LE PLAISIR DE LIRE »

« Bien que le plaisir de lire soit très présent dans l'initiation à la lecture, il est habituellement très vite subordonné à des fins plus "utiles", comme maîtriser la langue, acquérir du savoir ou développer sa culture... Or, parallèles à ces modalités de lecture "savante", existent des pratiques de lecture "ordinaire" qui mettent en jeu trois dimensions fondamentales de tout plaisir – à savoir avoir envie de lire, aimer lire, en avoir une expérience réussie –, et qui se déploient largement dans l'univers numérique. En effet, il y a bien lecture sur écran avec les courriels, les blogs, les fils twitter, les chats, les moteurs de recherche, mais il s'agit de

lecture avec des changements significatifs par rapport à l'usage de l'écrit papier. Parmi les principales transformations, on peut relever de nouveaux repères sensoriels quant aux objets dans lesquels s'inscrit la matière à lire, de nouvelles modalités d'interaction avec des textes dans un ensemble hypermédia et une nouvelle expérience d'immersion corporelle dans un univers de réseaux. Si, comme le dit Kringelbach, chercheur en neurosciences à l'université d'Oxford, la lecture, c'est la culture qui façonne le cerveau, alors il y a tout intérêt à s'intéresser à la lecture numérique et aux nouvelles compétences et capacités que sa pratique développe. »  CLAIRE BÉLISLE, INGÉNIEURE DE RECHERCHE EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES AU CNRS



« LA RELATION AU LIVRE EST DEVENUE INDUSTRIELLE »



Pour Alain Giffard, la lecture numérique est modelée par ce qu'il appelle les industries de lecture : « La relation au livre, ou à ce qui tient lieu de livre, est maintenant devenue une relation industrielle. Qu'est-ce que les industries du livre, dont Google est le meilleur exemple ? [...] Elles sont à la confluence de trois types d'industries : les industries de l'information (informatique et télécommunications), les industries culturelles, et les industries du marketing, puisque leur business model repose sur la commercialisation, la revente des lectures et des lecteurs. [...] C'est une industrie à trois secteurs : le premier, c'est la production de moyens de lecture, en particulier des matériels, des logiciels ; le deuxième, la production de textes, de lectures, et d'environnements de lecture, typiquement les pages de requêtes que l'on obtient quand on

interroge Google ; et le troisième secteur est formé de cette activité de commercialisation de lecture qui fait de Google une des principales entreprises de marketing. [...] La technologie [numérique] est tout bonnement une technique industrielle de contrôle de l'attention. Par rapport à la lecture classique, le rapport est inversé : dans le schéma classique, le contrôle de l'attention est mis au service de la lecture [...], ici la lecture est mise au service du contrôle de l'attention [...]. Cette relation de contrôle de l'attention-lecture n'est évidemment pas neutre : elle privilégie une lecture d'information, une lecture de scrutation qui est fréquemment confondue avec une lecture associative ou hypertextuelle, alors que c'est le contraire : l'hypertextualité crée le lien. Là, on a des phénomènes de zapping. [...] Pour le moment, la lecture numérique dans le cadre des lectures industrielles bloque la pratique de la lecture en tant qu'exercice culturel. » 

PROPOS RECUEILLIS PAR M. M.

/// trente ans, entre des communautés de lecteurs socialement fort éloignées, est en train de se rompre. « Nous assistons aujourd'hui à un phénomène de polarisation et de fragmentation du lectorat, parfois au sein d'une même famille, où il est fréquent que le père ne lise plus. Dans les milieux populaires, le lecteur type est le plus souvent une vieille femme », poursuit-il. L'essor de la « lecture industrielle » semble accélérer cette « fragmentation des lectorats » amorcée il y a une vingtaine d'années.

Françoise Benhamou, économiste, rejoint Alain Giffard : « Nous entrons avec la lecture sur écran dans une économie de l'attention », explique-t-elle. Cette mutation est bien sûr lourde de

“ Il y a un phénomène de polarisation et de fragmentation du lectorat, parfois au sein d'une même famille, où il est fréquent que le père ne lise plus. Dans les milieux populaires, le lecteur type est le plus souvent une vieille femme. ” ALAIN GIFFARD, GIS CULTURE, MÉDIAS ET NUMÉRIQUE

conséquences pour l'industrie du livre : s'il est vrai qu'Internet « entraîne une augmentation globale du temps de lecture », il faut préciser que « ce temps de lecture est de moins en moins consacré au livre ».

Nouvelles pratiques d'achat. Sommés de s'adapter à la nouvelle donne, les professionnels du livre ignorent encore quel modèle économique sera le plus avantageux. Pour commencer, il est nécessaire de se pencher sur les pratiques d'achat, encore difficiles à analyser car le marché est très restreint. Surtout, souligne Françoise Benhamou, « rien ne prouve que les comportements des futurs acheteurs refléteront ceux qu'on observe aujourd'hui ». Le point essentiel réside dans la diversification des pratiques d'achat : abonnements, achats d'ouvrages par fragments, achat après feuilletage d'un ou plusieurs chapitres, achats thématiques de fragments provenant de différentes sources, mais traitant du même sujet... « Ces nouvelles pratiques d'achat, résume l'économiste, reflètent de nouveaux usages de la lecture », tout aussi variés : « Lecture nomade, lecture de consultation (qui concerne au premier chef la littérature pratique), lecture fractionnée, lecture prédatrice, ou encore lecture cosmopolite. »

Si les professionnels du livre s'efforcent de répondre à ces nouveaux usages, une incertitude, de taille, demeure : « Tout le monde ignore encore, souligne Françoise Benhamou, quel sera le consentement à payer », qui répondra du côté du public à la nouvelle offre. Un murmure approbateur parcourt la salle.  A. 6.

(1) Les pratiques culturelles des Français à l'heure numérique 2008, par Olivier Donnat, La Découverte.

Malgré une rentabilité virtuelle, ils y vont

Après une première partie centrée sur la lecture et le lecteur, la seconde partie du Forum Livres Hebdo, organisée autour du témoignage de quatre éditeurs, est entrée dans le vif du sujet : quelles nouvelles pistes s'offrent aujourd'hui aux éditeurs dans la jungle numérique ? Innovation rime-t-elle toujours avec rentabilité ?

En présentant **Izneo**, plateforme de lecture et d'achat en ligne de bandes dessinées lancée il y a un peu plus d'un mois par Média-Participations, Jocelyne Mucig, directrice marketing du pôle image du groupe, a reconnu que, « du point de vue de Média-Participations, il s'agit pour l'instant d'un investissement à perte », précisant tout de même que « l'expérience est sans doute trop récente pour en tirer des conclusions définitives ». C'est le comportement des visiteurs qui l'interpelle le plus : « Depuis sa création, le site comptabilise 25 000 albums consultés et quelque 300 000 pages lues... mais pratiquement encore aucun achat ! »

Pas question de renoncer. Malgré tout, pas question de renoncer : il est vital de « prendre de l'avance sur les évolutions du marché et de mettre au point un outil fédérateur pour les éditeurs, les lecteurs et les libraires ». Face à Catherine Florian, gérante de la librairie Violette and Co, qui l'interroge sur la place que réserve aux libraires le dispositif d'Izneo, Jocelyne Mucig s'est voulue rassurante : « D'une part, Izneo peut diriger l'internaute vers une librairie proche de chez lui où il se procurera l'album qu'il cherche, et, d'autre part, les albums peuvent aussi être consultés au format numérique à partir du site de cer-

tains libraires qui renvoient aux contenus de la plateforme. »

Même souci d'adaptation aux nouveaux médias, et même flou sur les perspectives économiques du côté de **Larousse**. Ghislaine Stora, directrice générale adjointe de la maison, est venue présenter l'offre en ligne de Larousse qui se répartit sur deux sites, l'un consacré à l'*Encyclopédie*, l'autre au *Larousse de la cuisine*. La principale originalité de cette offre tient à son caractère collaboratif : « Les internautes peuvent enrichir le contenu de ces deux ouvrages en fonction de leur domaine de spécialité. » Malgré les ressemblances, rien à voir avec Wikipédia : contenu encyclopédique et contributions des internautes sont nettement séparés, et le texte d'un article, qu'il soit d'origine ou celui d'un contributeur, n'est pas modifiable.

Sur le plan économique, Ghislaine Stora se montre prudente : « Pour l'instant, il est vrai que tout cela ne rapporte pas grand-chose. » Marie Oneissi, directrice et gérante de **Texto-La Maison** du dictionnaire, s'interroge : « A l'avenir, la rentabilité d'un livre diffusé sur le Web ne reposera-t-elle que sur les recettes publicitaires qu'il engendre ? » Ghislaine Stora rejette cette hypothèse et rappelle que « le gros des ventes de livres se fait encore au format papier ». Le développement d'une offre numérique se justifie par un seul objectif : « Faire vivre notre fonds encyclopédique. »

Revenir au livre papier. Autre tentative pour capter le dynamisme des communautés virtuelles, l'expérience de Jean-Laurent Poitevin, fondateur de la société **Lesnouveauxauteurs.com**, s'est elle aussi soldée par un résultat en demi-teinte. L'objectif de son site, créé en 2007, est de promouvoir des auteurs inconnus en permettant aux internautes d'évaluer leurs textes, disponibles à l'origine en PDF. Hélas, « la plupart des lecteurs n'allaient pas au bout de leur lecture, et les évaluations fournies ne dépassaient pas 1 % ». Une seule solution pour s'assurer du sérieux et de la motivation des lecteurs : revenir au livre papier et envoyer par la poste à chaque lecteur un exemplaire du livre sur lequel il s'engage à se prononcer. Résultat : « Aujourd'hui, nous réalisons presque 100 % des ventes au format papier. » Emmanuelle Godard, directrice clientèle chez Ipsos, relativise l'échec : « Quand vous avez lancé votre site, en 2007, les lecteurs numériques n'existaient pas encore, et le confort de lecture n'était pas satisfaisant. » Ce qui est moins vrai aujourd'hui.

DOMINIQUE KORACH, directrice générale du pôle jeunesse-jeux de **Nathan**, a montré comment les frontières traditionnelles du livre explosent avec les techniques de réalité augmentée.

L'intervention de Dominique Korach, des éditions **Nathan**, consacrée à la réalité augmentée, a conclu la matinée en illustrant de manière saisissante le thème de la « lecture d'immersion ». Avec la réalité augmentée, les frontières traditionnelles du livre explosent et le lecteur se trouve en effet plongé dans un monde virtuel où il peut directement interagir avec ce qu'il lit. « *Le livre en sort grandi, avec une forte valeur ajoutée* », affirme-t-elle, tout en reconnaissant le coût élevé de la technologie : il faut compter « plus de 5 000 euros par animation », ce qui se traduit par un surcoût de 5 euros par volume. • A. G.



JOCELYNE MUCIG, directrice marketing du pôle image de Média-Participations : « *Izneo* comptabilise 25 000 albums consultés et quelque 300 000 pages lues. »



JEAN-LAURENT POITEVIN, fondateur de **Lesnouveauxauteurs.com** : « *Aujourd'hui, le gros des ventes de livres se fait encore au format papier.* »



GHISLAINE STORA, directrice générale adjointe de Larousse : « *Un seul objectif : faire vivre notre fonds encyclopédique.* »