

Éditer l'art aujourd'hui :

analyse d'un exemple de Pascal Quignard

Daphné Pulliat

Communication du 26 novembre 2010

Cette intervention présente un aspect particulier de ma thèse, son versant sociologique. Ma thèse porte sur les écrits sur l'art de Pascal Quignard et un de mes angles d'attaque est celui de l'analyse du discours. Cette approche des textes s'intéresse notamment à l'image de l'auteur, et a recours pour cela à des notions issues de la sociologie, telles que la posture et le champ.

J'ai donc réalisé une enquête sur le champ artistico-littéraire en me focalisant sur la question de l'édition de livres d'art aujourd'hui. Je développe dans cette intervention l'exemple de mon auteur, Pascal Quignard.

L'édition d'art aujourd'hui

Rappel des notions de sociologie

Je me place donc dans le cadre de la sociologie de la littérature, théorisée par Pierre Bourdieu en 1992 dans *Les Règles de l'art*. Je rappelle rapidement sa théorie des champs : c'est un espace socioculturel dans lequel un capital est partagé entre différents agents réunis et interagissant autour d'un même objet.

Je rappelle qu'un champ n'existe que s'il se trouve des croyances pour faire agir les acteurs, pour les motiver à acquérir le capital propre à celui-ci, ce qui suppose de croire en la valeur de ce capital et des trophées auxquels il permet d'accéder. « Au principe du fonctionnement de tous les champs sociaux [...], il y a l'illusio, l'investissement dans le jeu » (Bourdieu, 1998, p. 71). « L'illusio, c'est le fait d'être pris au jeu, d'être pris par le jeu, de croire que le jeu en vaut la chandelle » (Bourdieu, 1994, p. 151). Tous les acteurs d'un champ en partagent l'illusio, c'est ce consensus (souvent invisible de l'intérieur) qui rend les jeux internes au champ non seulement possibles mais même partiellement prévisibles.

Je considère donc qu'il y a un champ littéraire et un champ artistique, qui sont des champs culturels, ils se croisent dans le cas des livres d'art. Intervient alors un champ économique, celui de l'édition d'art. C'est donc dans un espace complexe, fait de données culturelles et économiques, que j'ai mené cette enquête. J'y ai rencontré des acteurs très différents : artistes, écrivains, imprimeurs, éditeurs, directeurs de collections, etc.

Cette enquête comprend des articles de presses et de revues, des comptes rendus de colloques et des entretiens privés qui vont de 2006 à aujourd'hui. Les témoignages sont une compilation des réactions de Sophy Thomson (Flammarion), José Alvarez (Regard), Jean-Jacques Baudouin-Gautier (Taschen), Amanda Renshaw (Phaidon), Benoît Porcher (Sémiose), Jean-Louis Champion (Gallimard), Jean-François Barielle (Hazan), Adam Biro (Biro), Jocelyn Bouraly (Bnf), Thierry Massip (Somogy), Françoise Bertaux (Pompidou), Arthur Cohen (Hermann), Pierre-Marie Jamart (la Zone opaque).

La dimension sociale ; la figure du lecteur

Le champ auquel je m'intéresse est culturel et économique, mais aussi social. La dimension d'image sociale est grande dans le cas du livre d'art, car il se décline en beau livre, livre de collection, livre rare. Ses caractéristiques sont un tirage limité, des techniques rares, des matériaux précieux, et donc un prix élevé. Son accès est donc difficile et fait de son possesseur un « bibliophile ».

La dimension sociale repose sur la valeur symbolique qu'implique la connaissance de ces objets et leur possession est synonyme d'élitisme. C'est un signe extérieur de culture, de richesse, de raffinement. Le beau livre est défini par le Syndicat national de l'édition comme un « ouvrage se caractérisant par la qualité de l'illustration et de la présentation ». Il représente 8 % des ventes, soit 17,7 % du chiffre d'affaires total de la filière éditoriale. Son concurrent est le catalogue, qui est lié aux expositions de grands musées nationaux, donc d'État. Ces publications dominent le marché. Et c'est sans compter la concurrence d'éditeurs étrangers internationaux (tel Taschen).

Petits éditeurs vs grandes maisons

Il reste donc une situation complexe pour les petites maisons. La principale difficulté étant le choix du sujet : coller aux expositions d'actualité ou publier sur des artistes peu connus. C'est la difficile question de l'opportunité éditoriale. Certaines développent donc des collaborations avec les musées, en essayant de respecter la nécessité de tenir leur ligne éditoriale. L'autre difficulté pour les éditeurs est le problème de la rentabilité.

Car la chaîne va de l'artiste au lecteur, et entre les deux, l'éditeur et le libraire. Et tous ont un rôle économique. L'éditeur doit donc prendre en compte les pratiques lectorales et adapter le projet éditorial en fonction du public visé. Un livre d'art est fait d'images et de texte (analyses, présentations, biographie). Or il se trouve que le livre illustré tend à prendre la place du livre d'art, se résumant à un livre « d'images », plus accessible pour le grand public. Par exemple, la moyenne des ventes d'un livre d'art sur un artiste de la Renaissance est de 1000 à 1500 exemplaires en 2008 (un roman populaire se tire à 500 000 exemplaires au moins). Or le coût de reproduction de l'image est si élevé que les grands éditeurs réduisent leurs coûts de production, fabriquant en Chine et dans les pays de l'Est. Le prix du livre est donc une question majeure.

Le paradoxe est que, pour des raisons de coûts éditoriaux, alors que les techniques de reproductions iconographiques sont exceptionnelles, la qualité des images des livres n'est pas aussi bonne qu'elle le pourrait. Mais il ne semble pas que le lectorat s'en soucie... alors que ce sont les images qui font, semble-t-il l'intérêt du livre. Adam Biro témoigne de cette concurrence entre les petits éditeurs et les grandes maisons : « J'avais publié un livre sur le papier japonais qui coûtait à l'époque 620 francs. On m'a dit : "Mais enfin, chez Taschen, il y a un livre sur le même sujet avec beaucoup plus d'illustrations que le vôtre pour moins de 100 francs !" ».

Concernant les catalogues d'exposition, on peut déplorer que les reproductions sont des images numériques pour lesquelles la chromie n'a souvent pas été vérifiée (en comparant aux œuvres originales) et même que beaucoup de clichés sont à l'envers !

Je résume : l'édition d'art est chère, nécessite des techniques complexes, la question de l'image reproduite y est centrale. Le paradoxe est que les petits éditeurs privilégient la qualité de l'image et l'indépendance, alors que leurs moyens sont inférieurs, tandis que les grands

éditeurs se tournent vers les collaborations avec les institutions et les publications peu coûteuses.

Le libraire

Du point de vue des libraires, un livre trop cher n'est pas intéressant. Les petits éditeurs emploient donc des circuits parallèles de ventes, tels Internet, les sites de vente par correspondance, la vente en galerie d'art, et en maisons de ventes.

À l'inverse, le catalogue lié à une exposition médiatisée trouve une vie en librairie et a vocation à vivre au-delà de l'exposition qui a servi de prétexte à la publication.

La loi permet aux libraires de retourner à l'éditeur un livre dont les ventes ne sont pas satisfaisantes. C'est le système des retours. La tendance pour les libraires, pris dans un jeu économique complexe, est de se comporter en gestionnaires et non en promoteurs d'un type de livre ou d'un artiste. La librairie connaît en effet une crise liée au développement de la vente par Internet. J'ai constaté que la vente par correspondance pouvait parfois encourager les petits tirages, mais elle est aussi paradoxalement un frein, des libraires en ligne achetant des livres que les libraires n'ont pas gardé en librairie directement au distributeur : les clients les trouvent donc pas en circuit traditionnel et ils préfèrent acheter sur Internet. C'est un engrenage : les clients vont encore moins en librairie et le problème s'accroît.

Les nouveaux médias peuvent aussi concurrencer le livre d'art sont, notamment les DVD. Lors d'une exposition, en plus du catalogue, des DVD sont édités. Paradoxalement, alors que les coffrets DVD sont en général plus cher que les catalogues, ils se vendent beaucoup mieux.

Je résume : les librairies vendent peu de livres d'art, de moins en moins de catalogues (qui constituent néanmoins l'essentiel du chiffre d'affaires du rayon beaux-arts d'une librairie), de plus en plus de DVD.

La presse

Un autre intermédiaire est très influent dans le champ, c'est la presse. C'est une pratique culturelle de la société actuelle que de programmer les parutions en fonction des expositions et des commémorations. La presse française n'a presque pas le droit d'écrire à propos de la publication d'un ouvrage qui ne constitue pas un événement, ce qui entraîne une espèce

d'homogénéisation des sujets, et laisse dans l'ombre les initiatives originales des petits éditeurs et des artistes peu connus.

Conclusion

Il me semble qu'un clivage se creuse aux deux pôles de la chaîne du livre d'art. Du côté des éditeurs, la dépendance aux institutions des grandes maisons est manifeste et s'accélère, alors que les petits éditeurs « résistent » et voient là un appel à plus d'audace et d'originalité pour se démarquer encore plus de la « grande production ».

À l'autre extrémité, les lecteurs, qui, justement, sont de moins en moins des lecteurs. Il y a le public des petits éditeurs, le plus souvent des « connaisseurs », dont le milieu est restreint et codé, et le public des grandes maisons, qui se tourne de plus en plus vers l'image, se désintéressant du texte qui disparaît des livres, et se tournant vers l'image mouvante, le DVD.

Pascal Quignard joue justement de cette double polarisation, ce que montre mon étude de cas.

Une étude de cas : Quignard dans l'édition d'art

Présentation du corpus

Ma thèse porte sur une quinzaine de livres dont je présente les principales caractéristiques : *Blasons anatomiques* (Gallimard, 1982) : livre de poésie et d'art ; *Georges de La Tour [L'Ombre et la Nuit]* (Galilée, [1991], 2005) : livre sur un artiste ; *La Frontière* (Michel Chandeigne, 1992) : livre sur un art, les azulejos ; *Le Sexe et l'Effroi* (Gallimard, 1994) : beau livre, format italien, nombreuses reproductions, texte essayiste ; *Enfers, Jean Rustin* (Pleine Marge, 1996) : revue / livre d'art ; *Picasso érotique, « Images entêtées »* (éd. de la Réunion des musées nationaux, 2001) : catalogue d'exposition ; *Tondo* (Flammarion, 2002) : livre d'art, coopération amicale ; *Kuroda* (Maeght, 2002) : monographie, beau livre, livre de luxe ; *Valerio Adami* (Galilée, 2006) : livre sur un artiste (pas d'images) ; *Quartier de la transportation, avec Jean-Paul Marcheschi* (éd. du Rouergue, 2006) : catalogue d'exposition ; *Cécile Reims grave Hans Bellmer* (Cercle d'art, 2006) : catalogue d'exposition ; *La Nuit sexuelle* (Flammarion, 2007) : beau livre, format italien ; « *Les Trois Personnes de l'espace* », *Marie Morel* (éd. Chalut-Mots, 2009) : catalogue d'exposition.

La fabrication d'un livre : Palma / Quignard

Récit de cette coopération

L'artiste Albert Palma participe en 2010 au deuxième numéro de la revue de gravure, *Les Cahiers du trait*, magazine bibliophilique à tirage limité (dont le premier numéro, *Tension*, était paru en juin 2008 et réunissait les contributions de trois artistes et de trois auteurs) publié par l'association d'artistes « Le Trait-Graveurs d'aujourd'hui ». C'est là qu'il fait la rencontre de l'écrivain Pascal Quignard, invité à écrire un texte pour le numéro de la revue.

Dans le cadre de cette publication, une exposition a été organisée du 25 février au 7 mars 2010 à la Cité internationale des arts à Paris. L'exposition s'appelle « RE- » et présente le travail de 31 artistes. Le numéro de la revue publie des estampes originales de Christiane Dubois, Albert Palma, Shirley Sharoff et un texte inédit de Pascal Quignard.

L'impression de ce numéro est confiée à la Zone opaque, une équipe de typographes et d'imprimeurs, spécialisée dans la conception et la réalisation de livres d'artistes dont j'ai fait la rencontre, en mars 2010, dans le cadre de ma recherche sur les conditions de conception et de réalisation de la coopération de Pascal Quignard avec la revue d'art. L'équipe m'a alors proposé de participer à un autre projet, réunissant Albert Palma et Pascal Quignard. La Zone opaque est aussi spécialisée dans l'édition à tirage limité, défendant l'édition indépendante. Le projet consiste à réaliser un livre d'artiste, présentant les gravures d'Albert Palma et un texte de Pascal Quignard sur ses œuvres.

J'ai ainsi réalisé quatre interviews d'Albert Palma, seule ou avec un membre de l'équipe de la Zone opaque, puis j'ai compilé tout le matériel sonore pour aboutir à un ensemble de notes triées par thèmes. Et c'est ce matériau écrit qui a été remis à Pascal Quignard, qui, à partir de là, et de ses propres rencontres avec l'artiste et de sa contemplation des dessins de Palma, a produit un texte. Voici un extrait exclusif de ce texte :

Les peintures de Palma sont des champs vibratoires où l'image change sans cesse, vit, s'incruste, ronge, attaque jusqu'au vertige.

Elles doivent être vues avec une lumière faible et latérale.

Elles ne peuvent pas être photographiées.

Elles ne peuvent pas être accrochées.

Elles ne peuvent pas être couvertes d'une glace pour les protéger. Elles ne peuvent pas être reproduites dans un livre.

Pour comprendre ces peintures il faut affirmer trois caractéristiques étranges : 1. Ces dessins sont des peintures. 2. Ces peintures sont figuratives. 3. Pour regarder ces peintures, comme quand on entre dans la grotte de Lascaux, il faut entrer par un sas d'obscurité et de désorientation auquel nous ne sommes pas accoutumés.

Destin du livre

Ce texte a donné lieu à trois performances publiques par Pascal Quignard, deux en septembre 2010 aux Rencontres de Chaminadour et au musée de la Sénatorerie à Guéret pour l'inauguration d'une exposition des œuvres de Palma, et une dans le cadre d'une société psychanalytique dont Albert Palma et Pascal Quignard sont tous deux proches et que préside Alain-Didier Weil. Le texte est publié dans *Les Carnets de Chaminadour*, n° 6 (fin 2011), puis il sera repris avec un texte de Anna Feycel-Leibovici (psychanalyste du même groupe), et dans une monographie sur Albert Palma que Aude Gouilloud (une amie proche de l'artiste) dirige et dont la mise en page est faite par Maya Palma, la fille de l'artiste.

Ce livre retracera l'œuvre plastique d'Albert Palma en présentant de nombreuses reproductions. La diffusion est assurée par Flammarion, grâce au soutien de Pascal Quignard, et le livre distribué en librairie conventionnelle et par souscription chez des psychanalystes. Le tirage est prévu entre 100 et 150 exemplaires.

La Zone opaque édite elle-même un volume reprenant ce texte de Quignard et comporte des gravures originales d'Albert Palma. Ce livre est conçu comme « une œuvre de la Zone opaque ». La diffusion se fait dans quelques librairies spécialisées, par colportage en médiathèque, artothèque, salons spécialisés et probablement aussi par souscription.

C'est l'éditeur Zone opaque qui avance tous les frais et invite l'artiste en résidence dans ses ateliers. L'auteur est « dédommagé » par des exemplaires du livre (entre 3 et 5). Ces exemplaires, s'il décide de les vendre, ont une importante valeur marchande allant de 400 à 3500 euros.

Conclusion

J'ai vu, par cet exemple, que l'auteur Pascal Quignard effectue une sorte de pont entre les publications auxquelles il participe, entre les grands tirages d'une maison telle que Flammarion (première sur le marché de l'édition d'art), et l'élitisme bibliophile des ateliers indépendants, tels que la Zone opaque.

Cette enquête et cette expérience au cœur du processus créatif d'un livre d'art m'ont confirmé le caractère bipolaire de l'édition d'art aujourd'hui. Dans le champ littéraire, participer à des livres d'art revient à occuper une posture ; et en ce qui concerne Pascal Quignard, il me semble qu'il a pris celle engagée de soutenir l'édition indépendante en lui faisant profiter des moyens des grandes maisons. Ce qui rend le projet Palma possible pour la Zone opaque, c'est la notoriété de Pascal Quignard.