

Homotopies littéraires et images partagées. Figurations du lecteur, du livre et de la lecture sur trois plateformes numériques (YouTube, Instagram, Tumblr)

Résumé

Cette thèse vise à interroger le devenir des figures littéraires lorsqu'elles débordent des « lieux à soi » auxquels elles sont traditionnellement cantonnées (cénacles, émissions littéraires, salles de classe, sites web spécialisés), pour investir des dispositifs généralistes hautement standardisés. Il s'agit d'analyser la « place » ménagée aux contenus relatifs à la lecture sur trois plateformes de partage d'images : YouTube, Instagram et Tumblr. Nous formulons l'hypothèse du caractère homotopique de certaines pratiques (« challenges » littéraires, « vlogs » de lecture, « bookporn », etc.), qui assument une volonté d'adéquation aux logiques industrialisées de ces plateformes. Cette homotopie revendiquée est liée à la polyvalence de dispositifs dont le modèle économique repose sur la mise en discours d'un statut d'intermédiaire « neutre ». Dès lors, le partage de contenus littéraires n'y est pas assimilé à un détournement subversif par les usages, mais à une simple potentialité de spécification parmi tant d'autres, prévue par l'interface. Les figurations du lecteur (première partie), du livre (deuxième partie) et de la lecture (troisième partie) sont analysées dans cette thèse à l'aune d'une triple approche socio-sémiotique, diachronique et iconographique. L'analyse qualitative de ces « images partagées » dévoile finalement un régime de popularité qui se combine au régime de singularité, plus qu'il ne le remplace. L'investissement de formes circulantes entraîne la mise en scène d'expériences de lecture à la fois spécifiques et standardisées, qui remédialisent une fonction « sociale » du littéraire au carrefour entre imaginaires collectifs, cadrage technique et enjeux marchands.

Mots-clés : Littérature ; Numérique ; Lecteur ; Livre ; Lecture ; Instagram ; YouTube ; Tumblr ; Iconographies ; Plateformes ; Images ; Sémiotique ; Homotopie.

Literary homotopias and shared images. Figurations of the reader, the book and the reading activity on three digital platforms (YouTube, Instagram, Tumblr)

Summary

This Ph.D. thesis questions the evolution of literary figures when they overflow places « of their own » to which they are usually bound (art circles, literary program, classrooms, specialized websites), and invest highly standardized, non-literary devices. We seek to analyze the « space » dedicated to literature-related contents on three audiovisual platforms: YouTube, Instagram and Tumblr. We formulate the hypothesis of the homotopic nature of some contents (literary « challenges », reading « vlogs », « bookporn », etc.), which assume their willingness to adapt to the industrialized functioning of these platforms. This claimed homotopia is directly linked to the versatility of the devices, which are economically valued through the formulation of a « neutral » mediator status. Consequently, sharing literary contents is not assimilated to a subversive misappropriation by the uses, but to a simple possibility of specification among many others, anticipated by the interface. The representations of the reader (part one), the book (part two) and activity of reading (part three) are analyzed in the light of a socio-semiotic, diachronic and iconographic approach. The qualitative analysis of those « shared images » eventually reveals a regime of popularity that combines with, rather than replaces, the regime of singularity. By investing circulating forms, the standardized specificities of the reading experiences that are displayed re-mediatize a « social » function of literature, between collective symbolic systems, technical framing and commercial stakes.

Keywords : Literature ; Digital Technology ; Reader ; Book ; Reading ; Instagram ; YouTube ; Tumblr ; Iconographies ; Platforms ; Images ; Semiotics ; Homotopia.

UNIVERSITÉ SORBONNE UNIVERSITÉ

ÉCOLE DOCTORALE :

ED V – Concepts et langages
Maison de la Recherche, 28 rue Serpente, 75006 Paris, FRANCE

DISCIPLINE : Sciences de l'Information et de la Communication