

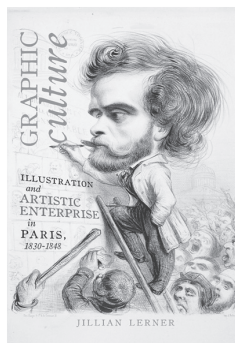
implique bien un sujet qui voit à partir de la position qui est la sienne, elle ne se résume pas à cette situation individuelle, mais structure plutôt l'espace entre le sujet et l'objet visé (p. 70). *Voir-comme* désigne la modalité de l'«aspectualité», c'est-à-dire l'angle sous lequel on voit une chose. La perspective doit être entendue comme «non-représentationnelle», en ce sens qu'elle «ne s'interpose pas entre un spectateur et un objet pour fournir à ce premier, une image de ce dernier», mais définit plutôt la manière dont cet objet se présente (p. 71). *Voir-par* réfère à la médialité de la perspective, modalité importante s'il en est une, puisqu'elle signifie que la perspective n'est pas un *intermédiaire*, comme la représentation, mais un *médium*, à travers lequel la réalité se donne à voir. En ce sens, et c'est là un des arguments les plus intéressants du livre, la perspective ne s'oppose pas à l'objectivité du savoir, puisque c'est à travers sa profondeur de champ que la réalité peut être connue. *Voir-que* définit précisément cette modalité épistémique de la perspective: voir quelque chose, c'est admettre que cette chose excède la perspective à travers laquelle on la perçoit. Cette modalité oblige que l'on distingue la chose perçue et l'opération par laquelle on la voit. Autrement dit, *voir-que* représente une garantie contre la vision dogmatique, qui occulte ce qu'elle prétend montrer en confondant la manière de voir avec l'objet lui-même. *Voir-avec*, enfin, désigne peut-être la modalité centrale du livre, celle du *parage*. Elle signifie non seulement que la perspective peut être commune; elle présuppose aussi la coexistence d'autres perspectives et rend possible le changement de point de vue. Contre «l'intolérance croissante à la divergence d'opinions et l'insouffrance au désaccord [qui] finissent par sanctuariser des espaces clos dont toute différence a été éliminée» (p. 254), Alloa défend la «résistance» des choses qui se «se manifeste sous la forme d'un

renvoi, le renvoi à d'autres points de vue» (p. 69). Le tour de force qu'opère Alloa avec cette déclinaison du voir consiste donc à réconcilier l'exigence d'objectivité de plus en plus répandue en sciences humaines, que ce soit au sein des nouveaux réalistes philosophiques, des théories de l'acteur-réseau ou de la postcritique, et l'exigence d'intersubjectivité nécessaire à toute approche savante soucieuse d'éviter le dogmatisme.

En terminant, on s'en voudrait de passer sous silence la référence évidente à Jacques Rancière et à sa notion de partage du sensible à laquelle le titre fait un clin d'œil. Certes, les deux auteurs ont à cœur de remettre à l'honneur le «dis-sensus». Leur approche diffère pourtant: celle d'Alloa, plus érudite, cherche dans l'histoire les raisons de sa théorie d'un voir qui se conjugue au pluriel, là où les textes de Rancière se situent plutôt dans une logique de débat sur un sujet bien précis, celui de la politique des

diversité, non pas assoiffée d'une vérité absolue, mais bien soucieuse de ménager la pluralité des accès à celui-ci. On regrettera qu'après avoir énoncé les moyens de voir à partir de cette perspective, Alloa ne mette pas lui-même en pratique cette grille de lecture pour penser des problèmes politiques ou éthiques à travers, pourquoi pas, des œuvres d'art ou des images. D'ailleurs, les quatre études contenues dans le livre ne constituent pas des mises en application de la théorie présentée. Elles concourent plutôt à prouver sa nécessité, voire à expliciter ses principes. Il en reviendra peut-être à l'historien de l'art d'explorer les pistes frayées dans ce *Partages de la perspective* en les réorientant vers les œuvres. Après tout, ces pistes sont, à n'en pas douter, aussi variées que fécondes. ¶

Maryse Ouellet est chercheuse postdoctorale au département d'études des médias de l'Université de Bonn.
—mouellet@uni-bonn.de



Jillian Lerner
Graphic Culture. Illustration and Artistic Enterprise in Paris, 1830-1848

Montréal, Kingston, McGill-Queen University Press, 2018

252 pp. 56 illus. couleur et noir & blanc
\$ 49,95 (relié) ISBN 9780773554559

Marie-Lise Poirier

images et de l'art. Sur cette question, malheureusement, le lecteur d'Alloa restera sur sa faim. En évoquant, dans l'essai de conclusion, les éléments de contexte qui ont fait le lit des nouveaux réalistes (ère de la post-vérité, fausses nouvelles et théories du complot), Alloa nous invite à imaginer la portée politique de ce qu'il propose comme une philosophie potentiellement plus ouverte sur le monde et sa

Parmi les récentes contributions à la recherche sur la culture du livre et de l'imprimé, il convient de souligner l'apport de Jillian Lerner qui s'intéresse, dans son premier ouvrage, au contexte parisien sous la monarchie de Juillet (1830-1848). Dans *Graphic Culture*, Lerner, qui enseigne l'histoire de l'art à l'Université de la Colombie-Britannique, livre les résultats d'une réflexion amorcée il y a plus de dix ans—les chapitres 2

et 3 ont respectivement été publiés en 2008¹ et 2007²—sur le concours déterminant des artistes dans le façonnement de la modernité, mais surtout sur leur habileté à en résumer l'essence à travers des images destinées à la consommation (p. 5). En choisissant la modernité comme thématique principale, Lerner parvient à unifier un imposant corpus composé, entre autres, de caricatures de mœurs, d'illustrations de mode, d'affiches publicitaires et de guides illustrés.

La nature hétérogène du corpus et la nécessité de replacer chacune des images dans son contexte de production et de diffusion justifient amplement l'approche interdisciplinaire préconisée par Lerner. Outre les fréquents renvois à la littérature sur la culture visuelle (Jonathan Crary, Vanessa R. Schwartz, etc.) et sur la caricature, le livre illustré et l'affiche (Ruth Iskin, Ségolène Le Men, Patricia Mainardi, etc.), plusieurs passages s'appuient sur les travaux précurseurs de Hazel Hahn sur le consumérisme urbain, la publicité et le domaine de l'édition. Une attention toute particulière portée sur les détails des œuvres rend leurs analyses d'autant plus fascinantes qu'elles sont enrichies d'un cadre théorique alliant sociologie et sémiotique. Le recours à ces approches s'explique par la prémisse énoncée dès l'introduction, à savoir que les images sont à la fois les *produits* d'un marché et les *producteurs* de valeurs sociales (p. 6). Lerner soutient en effet que la production artistique informe tout autant qu'elle produit les espaces de sa représentation et ses protagonistes. Cette circularité, semble-il, révèle l'autoréflexivité et la suggestivité de l'image qui, dès lors, apparaît comme une puissante mise en abyme des conditions de sa création (p. 17).

Le premier chapitre, «The Illustrator of Modern Life», définit le métier de dessinateur tout en abordant les enjeux professionnels. Bien

que Lerner promet une discussion alimentée par les biographies et les œuvres de plusieurs artistes de renom, dont Honoré Daumier et Charles-Joseph Traviès, force est de constater que son argumentaire repose en primauté sur l'exemple de Paul Gavarni, célèbre en son temps pour ses illustrations de mode, ses caricatures de mœurs, ses costumes de théâtre et ses articles. Il semble que la versatilité artistique dont fait preuve Gavarni soit une qualité partagée par plusieurs dessinateurs, ceux-ci cherchant, au moyen d'expérimentations formelles et techniques, à intégrer un marché de l'art se développant hors des institutions officielles que constituent l'Académie et le Salon. Véritable peintre de la vie moderne au sens où l'entend Baudelaire en 1863, le dessinateur de la monarchie de Juillet doit pouvoir discerner le particulier parmi la foule, savoir en décrire la physiologie, le caractère, les habitudes et les mœurs dans une forme se voulant attrayante pour une clientèle néophyte en matière d'art, mais avide d'autoreprésentations teintées d'un humour parfois cinglant. Lerner insiste également sur le pouvoir intrinsèque du dessinateur : il flatte, moque, fabrique et transforme la société grâce à son crayon lithographique, sa plume ou ses pinceaux (p. 27-29). La figure du marionnettiste, exploitée notamment par Gavarni, est ici judicieusement convoquée par Lerner afin d'exemplifier l'autorité du dessinateur sur ses sujets de prédilection : tirant les ficelles de ces petits êtres désarticulés, le marionnettiste/dessinateur les force à performer sa propre vision de la vie moderne.

Tout comme le dessinateur, l'éditeur joue un rôle essentiel dans la production et la diffusion des images de la modernité. Dans le deuxième chapitre, «The Editor as Raggicker: City Guides and Urban Connoisseurship», Lerner s'intéresse principalement à Pierre-Jules Hetzel et à la manière dont il est représenté par Gavarni et Bertall

dans le frontispice et les vignettes du *Diable à Paris* (1845-1846). Flammèche, qui y incarne l'alter-ego d'Hetzel, arbore les attributs du dandy (monocle et costume), du forain (lanterne magique) et du chiffonnier (hotte et pique). La popularité de ces types sociaux, que la littérature panoramique du milieu du XIX^e siècle a exacerbée, rend intelligible ce portrait composite qui, selon Lerner, témoigne de l'expertise artistique et éditoriale d'Hetzel ainsi que des stratégies commerciales qu'il développe. Alors que le costume de dandy confère à Flammèche l'anonymat nécessaire pour flâner incognito dans Paris, son monocle suggère qu'il possède une connaissance intime de la ville. La lanterne magique, appareil d'optique permettant de projeter une image sur une surface plane, illustre la circularité de la production artistique («social representations and social reality are reciprocally structured») et confirme que l'image, quoi que représentative de la réalité, est aussi porteuse de la subjectivité de l'artiste (p. 67). La pique et la hotte établissent un rapprochement entre le métier du chiffonnier et le rôle commercial de l'éditeur : l'un comme l'autre collecte, trie, recycle et vend des produits préexistants.

À ce sujet, Lerner explique, dans le troisième chapitre, «Marketing Vision: Publishers, Posters, and Parisian Types», que certaines images sont réinvesties en affiches publicitaires, notamment parce qu'elles miment l'apparence et les attitudes de la clientèle qu'elles cherchent à rejoindre (p. 72). En observant de près les types féminins dessinés par Gavarni pour *Les Français peints par eux-mêmes* (1840-1842), Lerner constate la standardisation de leur physique et pointe, pour illustrer son propos, les flagrantes similitudes de leurs visages ovoïdes, de leurs cheveux noirs et de leurs yeux brillants. Cette ambiguïté d'identification rappelle que les distinctions sociales sont en constante mutation, infirmant ainsi l'opinion formulée

par Aaron Sheon en 1984, à savoir que les théories physiognomoniques auraient inspiré la création des types sociaux de Gavarni.³ Lerner soutient que l'uniformisation du physique des typologies reflète plutôt la volonté du dessinateur d'exprimer l'évolution des mœurs à travers les détails malléables, provisoires et performatifs de l'identité, soit leur attitude et leurs vêtements (p. 94).

Ceci est d'autant plus évident dans *Les Heures du jour* (1829) d'Achille Devéria, celles-ci examinées de près dans le quatrième chapitre, «The Hours of Her Day: Fashion Prints, Feminine Ideals, and the Circle of Achille Devéria». Parce qu'elles ne promeuvent ni produits ni marchands, les dix-huit planches de cette série se présentent comme des mises en scène du privé féminin. Laure, sœur cadette de la fratrie Devéria, y est portraiturée à quelques reprises aux côtés des amies intimes de l'artiste. Par la représentation de leurs vêtements et des nombreuses activités qui régulent leur quotidien à la manière de petits rituels, ces images recommandent un style et une attitude incarnant les valeurs de la bourgeoisie. À l'instar des illustrations de mode qui feront rage sous la monarchie de Juillet, *Les Heures du jour* promeuvent et commercialisent ainsi une domesticité idéalisée dont les paramètres sont scrupuleusement définis par Devéria. Lerner observe que l'influence du dessinateur dans la consécration des goûts et des modes augmente rapidement sous la monarchie de Juillet (p. 143).

L'exemple le plus probant de ce transfert d'influence, que Lerner évoque dans le cinquième et dernier chapitre de son essai, «Gavarni's Costumes: Masquerade and the Social Theatres of Paris», est certainement incarné par Gavarni qui, par l'invention du type du débardeur en 1836, renouvelle les déguisements portés en période de carnaval. Ce n'est toutefois qu'en 1840, alors que la talentueuse actrice Virginie Déjazet apparaît sur scène vêtue en débardeur, que ce costume est

massivement adopté par les Parisiens (p. 159). Il est néanmoins davantage prisé par les prostituées qui sont alors légion à Paris. Composé d'une chemise blanche rentrée dans un ample pantalon resserré à la taille par une ceinture d'étoffe, ce costume accentue les courbes féminines tout en accordant une grande liberté de mouvement. Par ailleurs, la mascarade s'affirme également comme la manifestation radicale des changements sociaux qui s'opèrent depuis la Révolution française: elle confirme la perméabilité des identités et témoigne de la performativité des genres et des classes grâce au caractère transgressif du travestissement. Lerner démontre comment Gavarni performe son apparence afin de promouvoir à la fois sa personne et son art: sa nette préférence pour la sobriété d'un habit coupé à la perfection évoque, pour ses contemporains, les costumes qu'il dessine dans ses caricatures.

Comme les dessinateurs qu'elle étudie, Lerner aspire à une vision panoramique de la culture du livre et de l'imprimé. Si Gavarni, un artiste

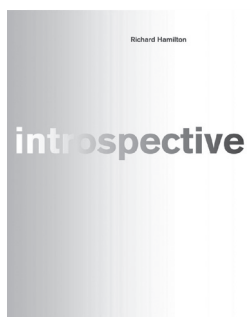
son ouvrage, qui demeure malgré tout stimulant par son approche interdisciplinaire et ses analyses originales et nuancées, Lerner, par la valorisation de l'objet éphémère, expose la complexité sémiotique de l'imprimé tout en le réinsérant dans son contexte sociohistorique. Tant par sa forme que par son contenu, ce livre constitue une contribution importante aux études sur l'estampes et la culture de l'imprimé, et notamment sur la fascinante question de la fabrique de l'identité artistique au XIX^e siècle. ¶

Marie-Lise Poirier est doctorante en histoire de l'art à l'Université du Québec à Montréal et assistante de recherche pour le projet *Récits de l'ailleurs et entreprise éditoriale: les ouvrages éditoriaux illustrés de la collection des livres rares de l'UQAM (XVII^e-XVIII^e siècles)*, codirigé par Peggy Davis et Lyse Roy. —poirier.marie-lise@courrier.uqam.ca

1. Jillian Lerner, «The French Profiled by Themselves: Social Typologies, Advertising Posters, and the Illustration of Consumer Lifestyles», *Grey Room*, n° 27, printemps 2007, p. 6-35.

2. Id., «A Devil's-Eye View of Paris: Gavarni's Portrait of the Editor», *Oxford Art Journal*, vol. 31, n° 2, 2008, p. 235-250.

3. Aaron Sheon, «Parisian Social Statistics: Gavarni, "Le Diable à Paris", and Early Realism», *Art Journal*, vol. 44, n° 2, été 1984, p. 139-148.



Phillip Spectre
Richard Hamilton: Introspective
Köln: Walther König, 2019

408 pp. 540 colour and b/w illus.
\$110.00 US (cloth) ISBN 9783883756950

Charles Reeve

encore trop peu étudié, s'avère instrumental à son argumentaire, on peut regretter que Lerner n'ait pas davantage approfondi l'apport des femmes dans la production, la commercialisation et la promotion de l'art sous la monarchie de Juillet, sujet qu'elle n'a que survolé en citant l'exemple de Laure Devéria dans le quatrième chapitre. Consciente des limites de

Paradox entranced Richard Hamilton throughout his artistic career (which ended when he died in 2011, at age 89), which perhaps explains this book's caginess about the identity of its author. Across the top of its spare, handsome cover, we read the artist's name and then, about halfway down, the book's title. So that seems clear: a book by Richard Hamilton called *Introspective*. Except