

L'utilisation de la « gamification » dans la stratégie des acteurs du livre numérique : le cas Kobo

Marc Jahjah

Volume 5, numéro 2, printemps 2014

Livre et jeu vidéo
Book and Videogame

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1024774ar>
DOI : <https://doi.org/10.7202/1024774ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Groupe de recherches et d'études sur le livre au Québec

ISSN

1920-602X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Jahjah, M. (2014). L'utilisation de la « gamification » dans la stratégie des acteurs du livre numérique : le cas Kobo. *Mémoires du livre / Studies in Book Culture*, 5(2). <https://doi.org/10.7202/1024774ar>

Résumé de l'article

Depuis quelques années, les initiatives se sont multipliées pour inscrire la lecture et le livre sur le web dans une logique économétrique et industrielle. Cette logique, propre aux réseaux socionumériques de lecteurs (comme Goodreads, Librarything, Babelio, Readmill, Amazon Highlights, etc.), est nourrie par des injonctions permanentes à la participation, qui poussent les utilisateurs de ces réseaux à produire des traces de leur passage exploitées selon diverses modalités. La « gamification » (« ludification » en français) fait partie de ces techniques d'incitation. Elle s'inspire des mécanismes ludoéducatifs pour favoriser l'appropriation d'un produit marketing. L'entreprise Kobo, spécialisée dans la vente de livres numériques, s'en est emparée, proposant ainsi tout un système de gratifications dans son application iPad. Cet article entend montrer qu'une telle stratégie s'inscrit dans l'idéologie de ce qu'on appelle encore le « web 2.0 », visage renouvelé du capitalisme néolibéral. L'approche sémiotique et socioéconomique est d'abord privilégiée, puis secondée par une analyse des trajectoires des dirigeants de Kobo, dans le but de répondre à cette question : comment l'articulation du livre et du jeu vidéo a-t-elle pu être pensée, théorisée et justifiée par les dirigeants de Kobo?

L'UTILISATION DE LA « GAMIFICATION » DANS LA STRATEGIE DES ACTEURS DU LIVRE NUMERIQUE : le cas Kobo

Marc Jahjah

RÉSUMÉ

Depuis quelques années, les initiatives se sont multipliées pour inscrire la lecture et le livre sur le web dans une logique économétrique et industrielle. Cette logique, propre aux réseaux socionumériques de lecteurs (comme Goodreads, Librarything, Babelio, Readmill, Amazon Highlights, etc.), est nourrie par des injonctions permanentes à la participation, qui poussent les utilisateurs de ces réseaux à produire des traces de leur passage exploitées selon diverses modalités. La « gamification » (« ludification » en français) fait partie de ces techniques d'incitation. Elle s'inspire des mécanismes ludoéducatifs pour favoriser l'appropriation d'un produit marketing. L'entreprise Kobo, spécialisée dans la vente de livres numériques, s'en est emparée, proposant ainsi tout un système de gratifications dans son application iPad. Cet article entend montrer qu'une telle stratégie s'inscrit dans l'idéologie de ce qu'on appelle encore le « web 2.0 », visage renouvelé du capitalisme néolibéral. L'approche sémiotique et socioéconomique est d'abord privilégiée, puis secondée par une analyse des trajectoires des dirigeants de Kobo, dans le but de répondre à cette question : comment l'articulation du livre et du jeu vidéo a-t-elle pu être pensée, théorisée et justifiée par les dirigeants de Kobo?

ABSTRACT

For some years now, there have been a multitude of economically strategic initiatives designed to incorporate reading and books into the Web. This way of thinking, common to social networks such as Goodreads, LibraryThing, Babelio, Readmill, and Amazon Highlights, is promoted by persistent commands that users leave traces of their participation (book reviews, remarks about the books, speed of reading, etc.) These digital tracks are exploited in various ways. For example, they are used to fill the empty catalogs of libraries and as a source of statistics that are resold to partner publishers. "Gamification," one such incentive technique,

draws on edutainment mechanisms to promote the appropriation of product marketing. The Kobo company, specialists in the sale of digital books, has seized upon the idea by offering an entire gratification system in its iPad application. This article aims to show that such a strategy is part of an ideology that is still referred to as "Web 2.0," a renewed face of neoliberal capitalism. The paper privileges semiotic and socioeconomic approaches, followed by an analysis of the trajectories of Kobo leaders in order to answer this question: how could the links between the book and the video game have been conceived, theorized and justified by Kobo directors?

Depuis 2010 – date qui correspond au lancement de l'iPad – des initiatives se sont multipliées pour rapprocher livre numérique¹ et jeu vidéo. Leur articulation bénéficierait ainsi au livre imprimé, souvent jugé « inerte » et « ennuyeux² ». C'est notamment dans ce contexte que la « gamification », soit l'ensemble des techniques d'incitation à la participation héritées des jeux vidéo³, s'est peu à peu développée dans l'édition. L'entreprise Kobo, qui distribue depuis 2009 des livres en format numérique, propose par exemple dans son application⁴ de lecture sur iPad (« Kobo Reading Life⁵ ») de nombreux « signes de gratification » (badges) et d'autres « récompenses » – concours, café à gagner dans un Starbucks après la lecture d'un livre, etc. – qui doivent pousser les lecteurs à participer, à s'engager, à disséminer les contenus de la marque, et à acheter davantage de livres. Comment comprendre une telle « pénétration » marketing alors même que l'objet qu'elle travaille, le livre, convoque des pratiques, des représentations⁶, des attentes différentes?

On peut d'abord penser que les concepteurs de l'interface⁷ de Kobo travaillent précisément les représentations livresques de manière à en orienter les pratiques, par l'accompagnement discursif dans la manipulation des signes à l'écran, sans pour autant trop déstabiliser les attentes. Cette hypothèse m'amènera ainsi à recourir à plusieurs sémiotiques (sémiotique des écrans⁸ et du web⁹, sémiotique du « geste interfacé¹⁰ », sémiotique cognitive¹¹) pour comprendre comment s'organisent ces articulations¹². Mais si elle fournit de possibles réponses à la stabilisation de représentations articulées *a priori* différentes, elle ne permet pas de comprendre comment, à un moment donné, une telle articulation a pu être pensée, suggérée, planifiée.

Je fais donc une autre hypothèse, à la suite de Ruth Schwartz Cowan¹³ : la mise en relation des ingénieurs « avec d'autres réseaux d'acteurs, plus hétérogènes, notamment les régulateurs et les spécialistes du design et du marketing¹⁴ », conduit à la création de ce type d'interfaces. Il existe en effet un « carrefour de consommation¹⁵ », des « écologies institutionnelles¹⁶ » où se croisent des acteurs très différents et où les discours et les idées circulent avant de se cristalliser dans des productions graphiques, puis de se déplacer en fonction de la concurrence, de restructurations internes ou de la pression des investisseurs, eux-mêmes nourris par diverses représentations. C'est pourquoi une analyse des trajectoires des dirigeants de Kobo sera menée dans une seconde partie. L'échec des pistes adoptées conduira néanmoins à proposer un nouveau cadre méthodologique.

Description de l'interface de Kobo

Avant d'aborder et d'affronter ces problèmes complexes (notamment d'un point de vue méthodologique), je me livrerai à une analyse sémiotique de Kobo, en montrant comment les signes sont articulés aux gestes dans une stratégie d'incitation à la participation, elle-même motivée par un ensemble de techniques marketing héritées de la « gamification » et du web dit « collaboratif » et (*a priori*) étrangères à la culture livresque. Bouquillion et Matthews voient en effet dans la théorie des « *uses and gratifications* » l'un des traits caractéristiques du capitalisme néo-libéral implanté dans le web collaboratif, théorie matérialisée par des récompenses symboliques accordées à l'« usager¹⁷ » et susceptibles d'accroître son capital social. De la même façon, Millerand et Proulx¹⁸ font du jeu vidéo – à la suite des travaux de Bouillier¹⁹ sur les industries de l'attention – l'archétype d'un « nouveau régime de l'immersion » où « la rareté de l'attention de l'utilisateur devient l'objet de multiples stratégies de captation²⁰ ». Vérifions-le avec Kobo, à partir notamment de son application iPad²¹ et de son site Internet.

Culture lettrée et signes métonymiques

L'interface de l'application Kobo sur iPad disponible en France (« Kobo by Fnac ») est une déclinaison – et non pas une « variation sémiotique²² » comme on le verra plus loin – de son équivalent américain. Elle donne accès à deux grandes « rubriques », accessibles depuis les « signes passeurs²³ »

correspondants : la « Bibliothèque » et « Reading Life », rubrique elle-même décomposée en quatre autres parmi lesquelles la rubrique « Récompenses ». C'est cette dernière qui m'occupera le plus, même si des allers-retours vers les trois autres seront nécessaires pour voir comment les actions effectuées se matérialisent et s'inscrivent sémiotiquement ailleurs.

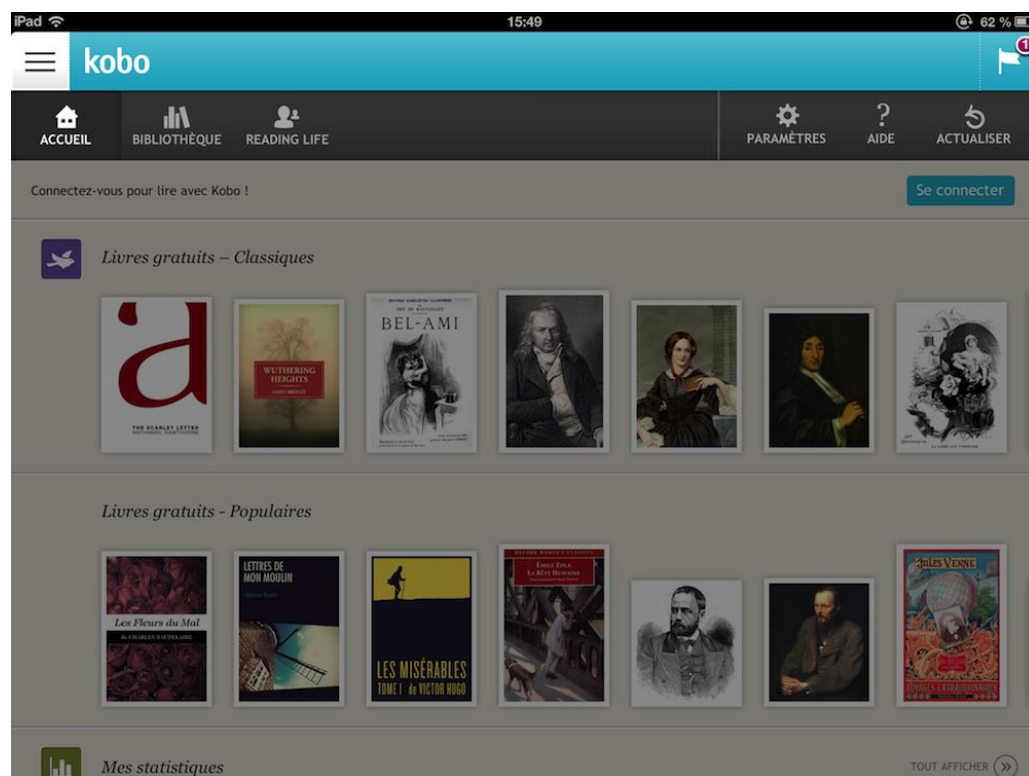


Figure 1 : L'application « Kobo by Fnac » sur iPad.

Les 25 « récompenses » présentées ici sont donc des signes classables en icônes et symboles associés à des signes au sens strict²⁴ (linguistiques). Apparemment simples à analyser, ils posent en fait des problèmes si on les prend en compte « contextuellement²⁵ ».

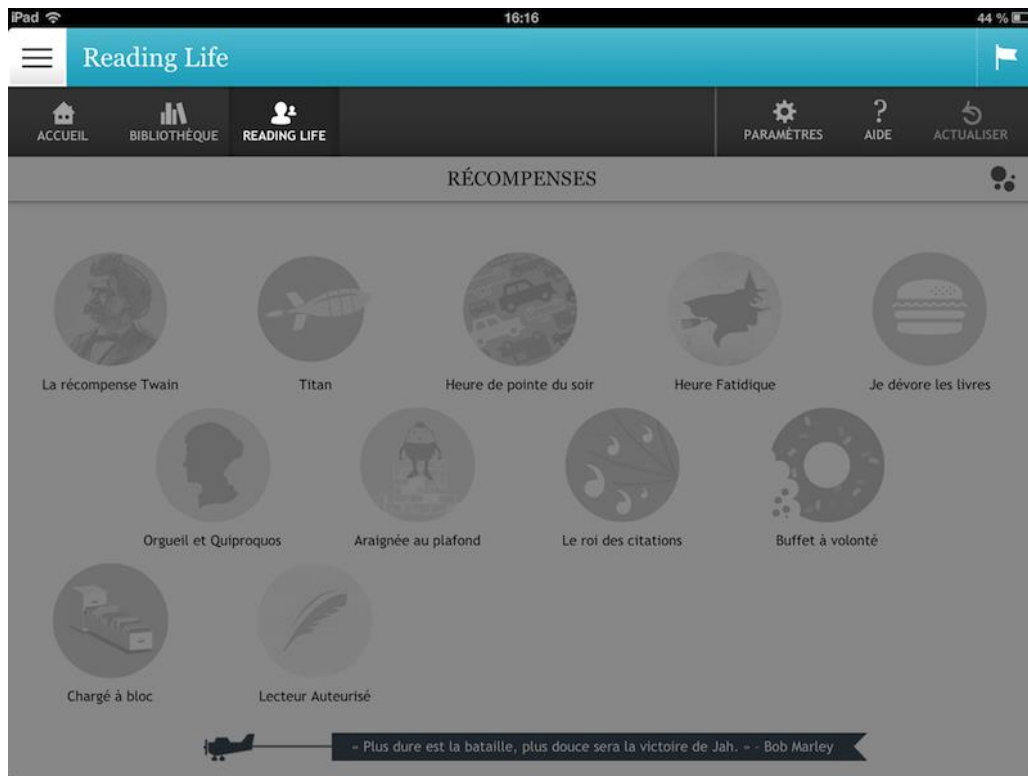


Figure 2 : La rubrique « Récompenses » dans l'onglet « Reading Life ».

Or, ces problèmes déterminent précisément le processus de signification, et donc de production du sens et de compréhension de l'interface; on peut donc les envisager comme des indices de dysfonctionnements entre les équipes canadienne et française. Je reviendrai plus tard sur ces questions. Prenons pour commencer un objet d'analyse (*a priori*) non problématique, qui permettra de comprendre comment l'articulation livre/« gamification » se fait :



Lecteur Auteurisé

Figure 3 : « La 25^e récompense ».

On a ici affaire à un signe métonymique : la « plume » renvoie en effet à une représentation lettrée de l'écriture, à une haute valeur forgée par un ensemble de processus, qui fonctionne comme un signe de reconnaissance, c'est-à-dire comme un marqueur²⁶ d'une culture livresque partagée, saisissable, compréhensible. Ainsi, « [l]a récurrence de pareilles figurations manifeste que le livre comme thème du discours est d'abord un objet, saisissable, repérable dans le monde social d'après une série de caractéristiques concrètes²⁷ » et ce, malgré les rapprochements culturels et les actions imposés par l'interface. Ce signe n'est en effet pas seulement doublé de seuls signes stricts articulés en syntagme (« Lecteur Auteurisé »), avec lequel il pourrait former une unité, mais il est en plus doté d'un geste qui, lorsqu'exécuté (clic du doigt sur « Lecteur Auteurisé »), conduit à un nouveau texte explicatif :



Figure 4 : Texte explicatif de la « 25^e récompense ».

Signes et gestes

Chaque « récompense » est donc constituée de plusieurs signes articulés et d'actèmes, soit de gestes combinés à un processus sur lequel porte la manipulation. Les gestes possibles sont toujours des « actionneurs » (clic sur le signe), à l'exception d'un « paramétreur » (barre de défilement) sans incidence signifiante, qui ne donne accès qu'à la seconde « page-écran » (les 11 autres récompenses). Signe métonymique, syntagme et actionneur forment donc d'abord ici une unité sémiotique prolongée en « unité sémiotique de manipulation²⁸ ». En effet, chaque actème révèle une instruction donnée au manipulateur chargé de l'exécuter pour se voir récompensé : « Entrez en contact avec un auteur pour devenir un lecteur

« Auteurisé » », « Ajoutez des eBooks » (« 24^e récompense »), « Connectez-vous à votre compte » (« 2^e récompense »), « Appuyez longuement sur un livre de votre bibliothèque » (« 7^e récompense »), « Sélectionnez vos passages préférés » (« 11^e récompense »). Ainsi, la manipulation s'accompagne d'une instruction dont le mode impératif possède une valeur prescriptive. Or, le web collaboratif marchand repose sur l'injonction permanente à la participation²⁹, qui rejoint celle, tout aussi fréquente, des promoteurs de la lecture lettrée instituée comme haute valeur (« les vrais bibliophiles lisent jusqu'à la fin! », « 6^e récompense »; « Découvrez *Guerre et Paix* par exemple, ou peut-être quelques tomes de Proust », « 16^e récompense »). L'articulation entre livre et « gamification » (« Appuyez longuement sur un livre de votre bibliothèque pour recevoir cette récompense », « 7^e récompense ») se fait ainsi par une « acclimatation » discours sur la lecture et des signes lettrés à des gestes censés les promouvoir. Dans cette perspective (industrielle et marchande), on comprend mieux pourquoi les actèmes sont des actionneurs : à l'inverse des « perturbateurs » (plutôt propres à la littérature numérique³⁰), ils doivent orienter l'utilisateur, l'amener à découvrir et à adopter les fonctionnalités de l'interface à partir desquelles des données vont être récoltées quant à ses préférences (« ajoutez des livres à votre bibliothèque »), des livres vont être achetés (« Consommez de grandes quantités pour gagner cette récompense », « 23^e récompense »), des habitudes vont être encouragées (« Lisez à la même heure pendant 5 jours », « 17^e récompense ») et des actions promotionnelles vont être effectuées (« 10 partages sur Facebook vous permettront de recevoir la récompense du lecteur sociable! », « 14^e récompense »). Ces analyses sont confirmées par un responsable de Kobo joint par courriel et pour qui le but de « Reading Life » est « d'encourager la lecture, d'encourager le lecteur à lire encore plus ». C'est pourquoi on peut parler d'« usager » à propos des manipulateurs, si l'on entend bien ce terme galvaudé comme une « instance, individuelle ou collective, qui participe à l'élaboration des énoncés ou à leur réception³¹ ».

Des inscriptions visibles

À ces gestes correspondent des inscriptions visibles. Ainsi, chaque fois qu'une des « missions » est remplie, le signe de gratification passe du gris à la couleur pour indiquer un changement d'état (couleur = action effectuée). De même, la rubrique « activité » répertorie les différentes manipulations réalisées, tandis que « Statistiques » les traduit en chiffres :

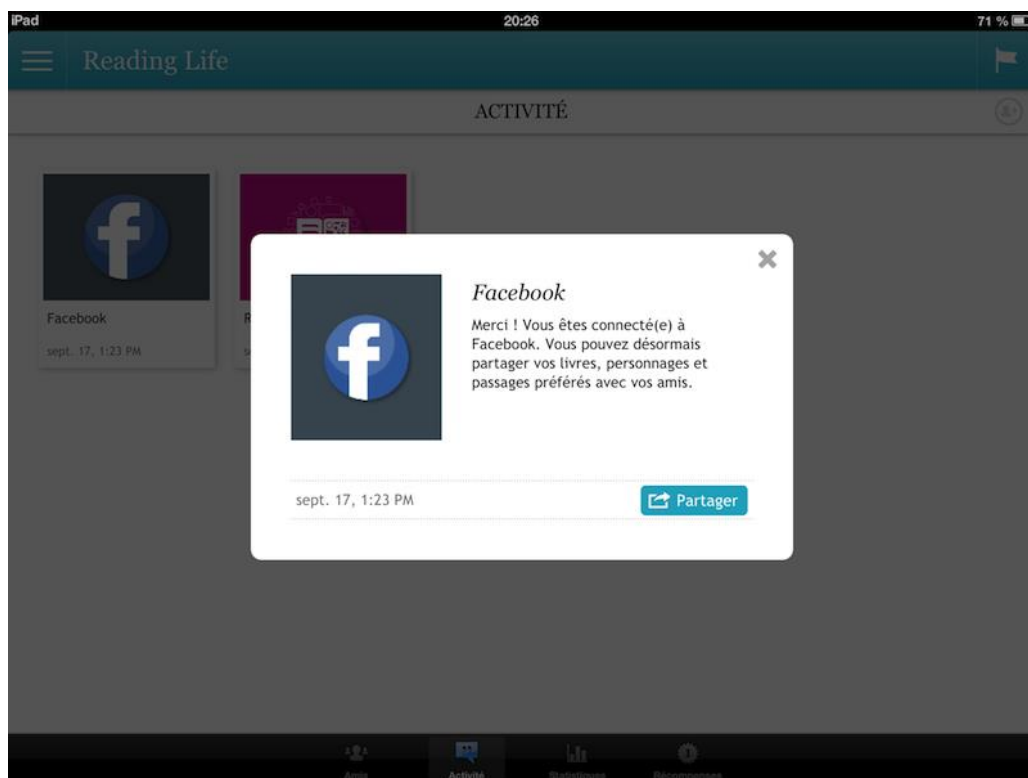


Figure 5 : L'onglet « Activité » dans la rubrique « Reading Life ».

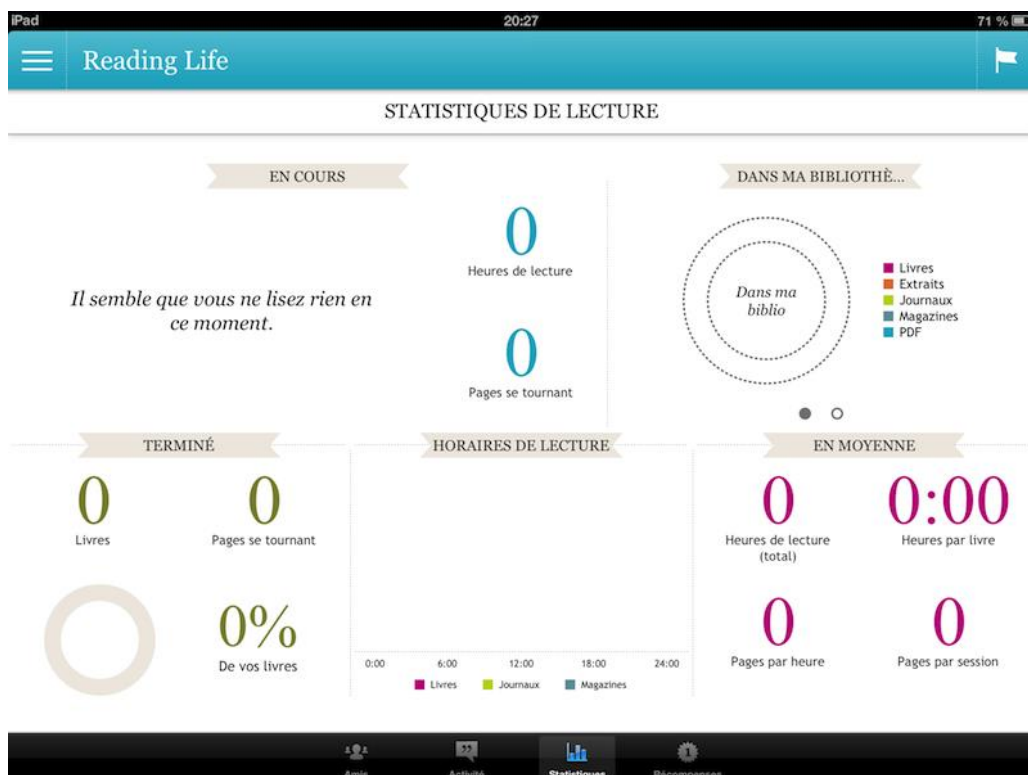


Figure 6 : L'onglet « Statistiques » dans la rubrique « Reading Life ».

Cette accessibilité n'a pas qu'une valeur référentielle et performative (assurer au manipulateur que son geste a bien été pris en compte et qu'il a une incidence sur l'interface) : on peut aussi la voir comme un idéal scénographié de transparence (« Regardez, on ne vous cache rien ») et comme un encouragement à la participation par le « dépassement de soi » à partir de la « mesure de soi³² » comparée, caractéristique de la « gamification »³³ et de ses classifications mouvantes entre « amis ». Ces inscriptions constituent ainsi autant de « données³⁴ » sur ses membres qui permettent à Kobo d'affiner son interface et de recommander des livres en fonction de leur analyse : « Les récompenses sont un reflet du comportement du lecteur; nous utilisons les données brutes dans l'objectif d'améliorer de manière itérative notre système de recommandation³⁵. »

Variation sémiotique ou « simple » traduction?

Telle est donc l'une des descriptions que l'on peut faire d'une unité sémiotique (dans le cas étudié : signe métonymique, syntagme, actème, texte explicatif) de l'interface de Kobo. Toutes les unités ne s'offrent pas pour autant à l'analyse suivant la même logique. Certaines « récompenses » restent ainsi bien obscures ou, pour le dire en termes sémiotiques : tout fonctionne comme si le processus de signification achoppait. Prenons un exemple :



Figure 7 : Texte explicatif de la « 11^e récompense ».

Si, dans la précédente unité sémiotique, les signes participaient bien d'une certaine solidarité qui allait du signe métonymique au syntagme, puis au texte explicatif, pour former un énoncé, ici, l'articulation du signe iconique (le papillon) au syntagme (« Lecteur Sociable ») et au texte explicatif (« 10 partages sur Facebook vous permettront de recevoir la récompense du lecteur sociable! ») ne permet pas de comprendre le recours à l'icône « papillon ».

Pour saisir ce léger dysfonctionnement sémiotique (et, par conséquent, l'échec relatif de l'articulation entre livre et « gamification »), il faut reprendre l'historique de Kobo et de ses interfaces adaptées au public français. En effet, avant son partenariat avec la Fnac en 2011, Kobo avait déjà lancé une application iPad accessible en France, qui était une déclinaison et une traduction de l'application internationale. À cette époque,

la mise à jour majeure de l'application (« Reading Life ») était également disponible, d'où la présence des récompenses et de l'ensemble du dispositif « gamificateur » (statistiques, activité, réseau d'amis, etc.) :

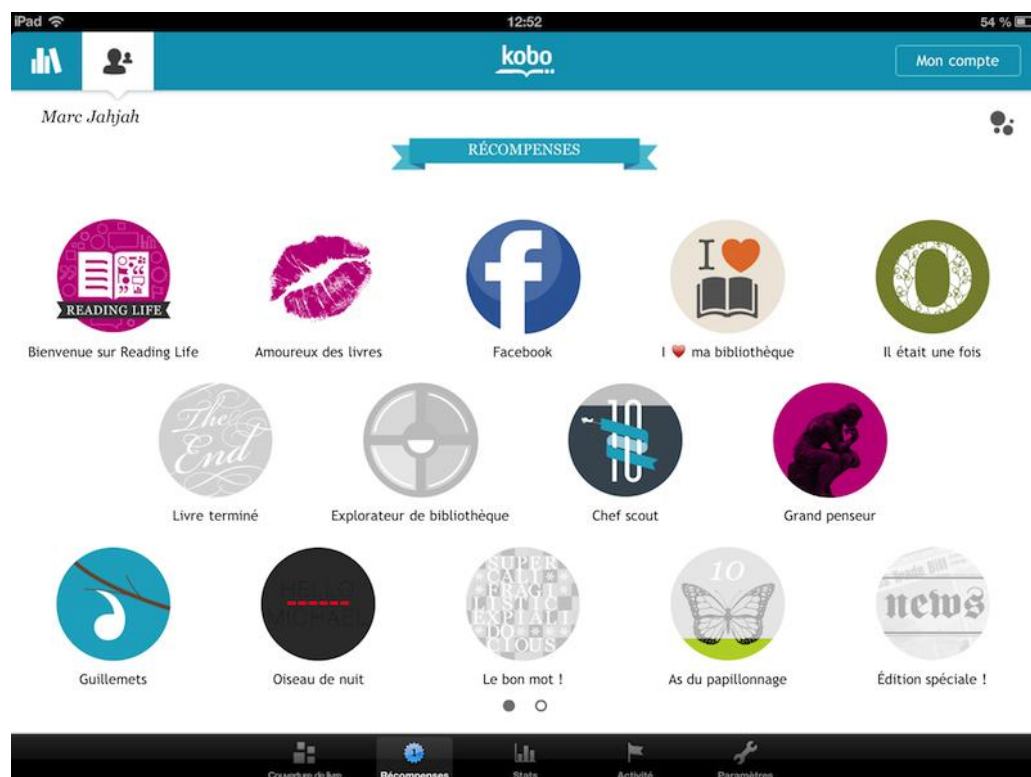


Figure 8 – L'application Kobo française sur iPad.

Mais l'interface comporte cependant quelques différences. Pour reprendre l'exemple précédemment cité (celui du papillon), il est cette fois-ci couplé au syntagme « As du papillonnage » et au même texte explicatif. On comprend donc qu'au signe iconique « papillon » avait été accolé le syntagme « As du papillonnage » pour aboutir au sens « papillonner ». Dès lors, le passage de l'application française Kobo à « Kobo by Fnac » (qui scelle le partenariat avec l'entreprise française en 2011) peut se lire comme une perte de la signification liée aux aléas du processus de transformation et comme l'indice de dysfonctionnements mineurs entre les différentes équipes chargées de la traduction. Un responsable français joint par courriel nuance quelque peu cette intuition : en reprenant à son compte l'application Kobo, la Fnac s'est en fait chargée, seule, de l'adaptation sans manifester pour le jeu, semble-t-il, un intérêt aussi important que l'équipe canadienne.

Ainsi l'interface semble n'être qu'une traduction et non pas une « variation sémiotique³⁶ » par laquelle les signes, mobilisés dans un cadre nord-américain, auraient été adaptés culturellement à la France. Mark Twain et Jane Austen, par exemple, incarnent dans l'application « Kobo by Fnac » les figures symboliques du « grand écrivain » :



l'auteurisé

Figure 9 – La « 15^e récompense » dans l'application « Kobo by Fnac ».

On retrouve pourtant Proust dans la « 11^e récompense » (« Comment devenir un titan? Un conseil : mettez le paquet ou pliez bagage. Découvrez *Guerre et Paix* par exemple, ou peut-être quelques tomes de Proust »); mais ce n'est que pour l'associer à la longueur réputée de son œuvre (connue internationalement, comme celle de Tolstoï). La seule marge de manœuvre possible paraît donc linguistique et se manifeste dans une traduction peu inventive³⁷. C'est pourquoi le site web français est l'exacte copie du site web international³⁸ :

Kobo Reading LifeTM

Lisez. Découvrez. Organisez. Partagez.

Kobo Reading LifeTM a été conçue en exclusivité pour approfondir votre passion pour la lecture et pour vous aider à tirer le meilleur parti de votre expérience de lecture d'eBooks ou de magazines et de multimédia. En exclusivité chez Kobo, c'est la meilleure façon de lire, découvrir sa prochaine lecture coup de cœur, collecter et organiser ses eBooks et articles et partager ce que vous lisez avec d'autres.

Figure 10 : Capture d'écran d'une partie du site web de Kobo France : <http://fr.kobo.com/koboarc7hd#readinglife> (20 septembre 2013).

Kobo Reading LifeTM

Read. Discover. Collect. Share.

Kobo Reading LifeTM is an exclusive, enriched reading experience designed to tap into your passion for reading and to enrich your eBook, magazine, and multimedia experience. Unique to Kobo, there's no better way to read, discover your next great title, collect and organize your eBooks and articles, and share what you're reading with others.

Figure 11 : Capture d'écran d'une partie du site web de Kobo international : <http://www.kobo.com/koboarc7hd#readinglife> (20 septembre 2013).

Vers une analyse pragmatique des interfaces numériques

On voit bien que l'articulation entre livre numérique et « gamification » ne se limite pas uniquement à un processus strict de signification; elle dépend aussi de la coordination entre différentes équipes réparties dans des lieux géographiques différents et dont la communication, les représentations, les situations déterminent la production du sens.

L'analyse d'une telle production ne peut donc pas seulement se faire de manière intégrationnelle³⁹ : ce serait, encore une fois, se confiner à une stricte approche sémiotique. La philosophie de George Herbert Mead (1934) et la sémiopragmatique⁴⁰ permettent ainsi de penser les problèmes de la signification en intégrant les acteurs qui la produisent à partir de quelques concepts clés. Dans la terminologie de Mead, on pourrait ainsi dire que la « transaction⁴¹ » (articulation livre/« gamification ») s'est faite sur la base d'une conversation de gestes sans cesse répétés⁴² et de « symboles significatifs⁴³ » progressivement émergents, soit un ensemble de gestes qui finissent par prendre sens pour plusieurs individus (usagers, concepteurs, etc.) à partir de rôles et de fonctions d'abord imaginés et postulés. Dans le cas de Kobo, par exemple, les « symboles significatifs » semblent avoir été construits, comme nous l'avons vu, au moyen de signes iconiques (le visage de Mark Twain) et de symboles métonymiques (Mark Twain comme marque du « grand écrivain »). Mais lorsque la compréhension pose problème, l'intégration de l'actème et de l'unité de manipulation lève en partie le doute : une fois qu'il clique sur l'icône (récompense Mark Twain), le manipulateur a accès à une explication et peut retourner au cadre initial (unité : ouvrir/refermer) avec cette nouvelle information intégrée à sa perception, qui définit un peu mieux sans doute l'interface dans laquelle il se trouve. L'articulation médiatique (entre le marketing et le livre) se fait donc notamment par la convocation de signes métonymiques (la plume, les guillemets, etc., dans la page-écran « récompenses », mais également par l'entremise du logo de Kobo renvoyant à la reliure) qui connotent la culture livresque (la citation, le grand auteur) et qui fonctionnent comme autant d'acclimateurs perceptifs, à partir desquels les logiques *a priori* étrangères (le papillon) vont être neutralisées par l'actème et intégrées par l'unité de manipulation à l'ensemble des unités déjà effectuées (la récompense Mark Twain activée qui ne pose aucun problème). C'est pourquoi un responsable français m'indique qu'« [o]n perd peut-être quelque chose en route, mais ça s'arrête là ». Ce manquement est contrebalancé par les autres gestes qui ont fonctionné. Ainsi naît l'« autrui généralisé⁴⁴ », une figure provisoirement stable qui, lorsque tous les codes de la transaction ont été intériorisés, rend l'« utilisation » possible. Ces codes s'inscrivent enfin dans un « cycle transactionnel » au cours duquel circulent du langage, des signes, des symboles signifians (gestes qui appellent une même réponse chez celui qui fait le geste et chez celui qui y répond), qui façonnent précisément nos

significations sociales, comme nous cherchons en permanence, sur la base de ces éléments, à nous ajuster à une vision différenciée.

Ce modèle reste cependant assez théorique. L'idéal aurait été d'avoir accès à des documents confidentiels (synthèses de réunions de travail, « brouillons » des interfaces, courriels, etc.), accès qui aurait permis de comprendre comment les partenaires ont fini par s'entendre, ont réussi à se hisser jusqu'à une vision commune malgré la diversité de leurs représentations. On aurait ainsi pu suivre la manière dont l'articulation livre/« gamification » s'est opérée à partir des acteurs (designers, développeurs, etc.) qui l'ont rendue possible. Mais seuls les déclinaisons décrites des interfaces et les discours publics des dirigeants sont aujourd'hui disponibles.

Généalogie des discours⁴⁵, croisements médiatiques (livre, jeu, musique) et écologies institutionnelles

La question qui m'occupera à présent pourrait être posée de cette façon : comment l'articulation du livre et de la « gamification » a pu être pensée par les responsables de Kobo ? Comment l'ont-ils justifiée, voire théorisée ? On peut certes tabler sur leurs différentes interventions publiques pour le comprendre (notamment lors des foires internationales sur l'édition numérique), mais la formation universitaire et le profil professionnel de chacun doivent aussi être pris en compte, tout comme les imaginaires propres à l'Internet, qui ont sûrement irrigué leurs positionnements et les « écologies institutionnelles » où se sont croisés et se croisent des corps de métiers variés, mais dont les représentations divergentes finissent cependant par s'harmoniser (responsables de Kobo, éditeurs, etc.). Or, deux acteurs assurent aujourd'hui⁴⁶ la promotion de l'entreprise Kobo (même si elle a été rachetée en 2012 par le japonais Rakuten) : son directeur (Michael Serbinis) et son responsable contenu (Michael Tamblyn).

Deux profils et des interventions publiques

Serbinis et Tamblyn sont en effet souvent présents dans les foires internationales sur l'édition et le livre numériques où ils prodiguent leurs conseils et vantent la « culture⁴⁷ » de Kobo, qui consiste à analyser les données récoltées sur leurs usagers. Lors de la « Digital Conference⁴⁸ » de la

foire de Londres en 2011, Michael Tamblyn Suggestion : révélait ainsi que, dans un « marché » soumis à des bouleversements récurrents, l'analyse statistique se faisait quotidiennement, en vertu de stratégies constamment renouvelées. L'un des objectifs de Kobo est notamment de « capturer⁴⁹ » le plus longtemps ces « usagers » qui alimenteront par la suite les banques de données (temps de lecture, élément qui a attiré leur attention, genres lus, etc.) et les suggestions de contenus (livres qui demandent le même temps de lecture, etc.). D'où le recours à la « gamification » et à certains « pièges » entourant des gestes spécifiques. En effet, d'après les analyses de Kobo menées la même année, activer Facebook dans l'application assure un temps de navigation/lecture de 33 % plus long. C'est bien pourquoi une récompense et une attention sont accordées à cette activation :



Rien d'étonnant au développement d'une telle « culture » quand on connaît la position de Michael Serbinis. Pour le directeur général de Kobo, le futur de la consommation des livres passe en effet par l'achat direct via les réseaux sociaux à l'aide de crédits-monnaie « virtuels⁵⁰ ». L'accord avec Facebook peut ainsi se comprendre comme un échange de données assuré par l'API⁵¹, qui permet aux deux entreprises de mieux recommander, dans un cas, les livres proposés et, dans l'autre, de mieux cibler les publicités suivant un affinement toujours plus important des habitudes croisées de consommation. De même du partenariat entre Starbucks et Kobo⁵² : l'obtention gratuite d'un café Starbucks n'est possible qu'à condition d'aller lire plusieurs fois par semaine dans un café de la chaîne. Starbucks s'assure ainsi une fidélisation et une fréquentation accrues du client, tandis que Kobo obtient encore davantage de données grâce à l'encouragement à la lecture.

Ces prises de position et ces stratégies peuvent d'abord être envisagées à la lumière de la formation et du profil de Tamblyn et Serbinis, même si leur culture personnelle – qui est restée hors de ma portée et de mes investigations – doit relativiser en partie les conclusions tirées des analyses à venir (un spécialiste du marketing n'est ainsi pas réductible à sa formation et il occupe, au sein même de sa vie, différents rôles sociaux, différents statuts, mobilisant une multitude de savoirs). Le premier, par exemple, a notamment obtenu⁵³ un Master of Business Administration (MBA) de l'Ivey Business School (en 2007-2008), dont la formation⁵⁴ consiste essentiellement à diriger des équipes marketing et des stratégies consommatoires :

Business Essentials

Your incredible year starts in the spring: Preparing students for career success starts with ensuring that you have a solid foundation of business essentials and are confident in your understanding of these core subjects. Building knowledge in these fundamental areas happens during the first six months of the program, when you will complete two modules that consist of core courses including:

- Accounting and Control for Managers
- Managing Financial Resources
- Marketing Products and Services
- Macroeconomics for Business Decisions
- Managing Operations
- Leading People and Organizations
- Decision Making with Analytics
- Communicating Effectively
- Developing and Executing Strategies
- Leveraging Information Technology

Le second a un profil⁵⁵ d'ingénieur d'abord exercé chez Microsoft, puis à la Silicon Valley au sein d'une *start-up* spécialisée dans la recherche (Zip2, vendue à Altavista). C'est l'ensemble de ces compétences que Serbinis a

importé dans la chaîne de librairies canadienne Indigo qu'il a rejointe en 2006 et de laquelle naîtra Kobo en 2009. C'est probablement à cette époque que Serbinis et Tamblyn se sont rencontrés, le second venant de réintégrer Indigo en 2009 après en avoir été vice-président de 1998 à 2000. Leur formation et leur parcours respectifs permettent donc de penser que les deux acteurs principaux de Kobo ont été imprégnés de discours qui ont en partie orienté leur façon de concevoir les interfaces.

Utopie numérique et médiations

On trouve en effet chez eux – et cette hypothèse a été vérifiée plusieurs fois – des discours nourris par le web dit « collaboratif ». Or, ce dernier puise historiquement ses sources dans une utopie numérique qui a irrigué la Silicon Valley et à laquelle Serbinis a adhéré à une époque. Le journaliste Fred Turner montre ainsi dans *From Counterculture to Cyberculture*⁵⁶ comment une passerelle idéologique a été bâtie dans les années 60 entre la contre-culture, caractérisée par l'idéal participatif et communautaire, et le « marché », en vertu de médiations complexes :

Ces éléments contribueront à mettre en place les principales revendications libérales des années quatre-vingt-dix visant à débureaucratiser la société, à soutenir l'agilité des petits contre l'inertie des gros, à libérer les énergies entrepreneuriales et à récompenser la créativité et le mérite. Les start-up de la nouvelle économie se verront ainsi légitimées à attaquer la vieille économie industrielle. La boucle est bouclée : la contre-culture est devenue le plus formidable ressort de l'expansion du capitalisme digital⁵⁷.

Ainsi, le lancement du Global Business Network en 1987 à San Francisco aura notamment sensibilisé les cadres de grandes entreprises à la nécessité de s'ouvrir à d'autres « mondes sociaux » (chercheurs, penseurs, futurologues, prophètes, etc.), dont le magazine *Wired* – lancé à San Francisco également – fut chargé dès 1993 de présenter et d'articuler les représentations.

Or, on peut « traquer » chez Serbinis les traces d'un tel croisement. Le 23 mai 2003, par exemple, il écrit sur son blogue : « I just came back from the inaugural SNS Future in Review conference where I got to meet some great

thinkers, and discuss the future of technology. [...] Sounds disruptive to me, risky but disruptive. And that's what this blog will be about⁵⁸. » Deux ans plus tard, il théorise ce qu'on trouvera dès 2011 dans « Reading Life » : « The idea of using reputation, and establishing personal priority on an ongoing real-time basis, as a screen for content isn't new, but it is only now evolving into applications that we humans find useful on a daily basis⁵⁹. » La même année, on constate une adoption des discours ambiants sur la « surcharge d'informations⁶⁰ » à laquelle Serbinis pense avoir trouvé une solution⁶¹ dans le « communautaire ». D'autres dates et lieux doivent enfin être mentionnés : l'année 2006, au cours de laquelle Serbinis rejoint Indigo et élabore pour la première fois la rencontre entre « Books, Music & More⁶² », alors que le « Web 2.0 s'épanouit »; 2009, où il crée Kobo grâce aux capitaux de groupes d'investisseurs et recourt notamment à la convergence de supports (« You can use any device⁶³ ») comme argument marketing; le Consumer Electronic Show 2009 de Las Vegas où il fait la promotion du « ShortCover⁶⁴ » – le précurseur de Kobo –, présenté comme un service de recommandation de contenus (livres, magazines, etc.) devant des acteurs très variés (constructeurs, spécialistes « High-Tech », éditeurs, etc.). Mais cette convergence ne s'exprime sans doute nulle part mieux que dans ce poème de Serbinis publié le 26 janvier 2010 pour célébrer la sortie de l'iPad :

« Twas The Night Before iTablet
 Twas the night before iTablet, when all through the
 publishing house
 Not an executive was sleeping, they reached for their
 mouse
 [...]
 As CEO I raced to prepare for the iTablet,
 Miss this opportunity and from the Board I will have it,

So I whistled and shouted and called them by name:
 « Hey developers, marketers, biz dev, get on your game! »
 Random House, Harper, Simon & Schuster,
 Now's the time to voice all the power you can muster;
 eBooks are here! eBooks for all!
 Choose Kobo dear friends, we're having a ball;
 Like a kid Christmas morning I can't wait for iTablet,
 I know for our industry it will be great;
 But Apple you must, keep the platform open,
 For with iPhone we know the consumer has spoken;

The more apps the more fun, and more units sold,
Lock it down and you'll leave users out in the cold;
Sleep well technophiles, tomorrow we'll see.
A « new creation » our friends will envy⁶⁵. »

Ce texte synthétise d'abord les positions qui s'exprimaient en 2010 à l'annonce de la sortie de l'iPad, lors de laquelle s'opposèrent classiquement⁶⁶ les technophiles (la tablette était alors comparée aux tables de la Loi, d'où l'allusion religieuse de Serbinis) et les technophobes. Il contient également une injonction adressée à l'édition, appelée à saisir cette « opportunité » historique. Mais, la sortie de l'iPad est surtout l'occasion pour Serbinis de rappeler le positionnement de son entreprise (lire sur n'importe quel support), malgré les restrictions d'Apple, et de mobiliser une équipe constituée de développeurs et de spécialistes du marketing. Le 3 avril 2011, au moment de faire le bilan de deux années de travail chez Kobo, Serbinis évoque une nouvelle fois cette convergence :

I am definitely oversimplifying this, but when you think about the # of sectors involved: ECommerce, Internet, Consumer Electronics, Telecommunications, Retail, Publishing, and the balance sheets of the new entrants vs. the old....you can see how it might be extra challenging (in some ways) for any startup to participate yet alone emerge as a leader⁶⁷.

Il relativise par ailleurs les doutes des éditeurs, qui considéraient que le « livre » différait des autres produits culturels : le parcours de Kobo, selon lui, démontre au contraire qu'un changement important s'est opéré.

Des écologies institutionnelles

Le développement du marché des tablettes et des supports numériques mobiles allait lui donner raison. Partout en Europe⁶⁸ (en Croatie, en Italie, en Bulgarie, en Pologne, etc.), le livre numérique fut utilisé par les opérateurs de téléphonie mobile comme un produit d'appel, compris dans une offre large de « contenus ». La tablette devint, dans cette perspective, un support où se consomment des objets médiatiques variés et à partir duquel s'ajustent ou s'estompent, par voisinages et déplacements progressifs, les représentations, les habitudes, les réticences. On peut le vérifier grâce aux foires internationales sur l'édition numérique où se côtoient régulièrement

les écologies institutionnelles mentionnées. Les foires apparaissent ainsi comme des lieux où circulent des visions variées qui finissent par s'articuler entre elles.

Tools of Change : une déclinaison du « Web 2.0 » dans l'édition

La naissance de ces expositions, tout d'abord, est très instructive. Les principales rencontres internationales (Digital Book World, Tools of Change, BookExpo America, Publishing Conference, Books in Browsers, Foire de Francfort) sont nord-américaines ou largement pénétrées par une utopie née aux États-Unis. C'est que les foires internationales – comme celle de Francfort – délèguent la gestion de l'actualité de l'édition numérique à des sociétés spécialisées, implantées dans leur milieu. Parmi elles figure, par exemple, la maison d'édition de Tim O'Reilly, qui a inauguré Tools of Change en 2006 et l'a décliné dans le monde entier (Tools of Change Londres, Tools of Change Francfort, etc.) avant d'y mettre un terme en 2013. Or, Tim O'Reilly est le promoteur de l'expression « Web 2.0⁶⁹ » et d'une vision clairement alimentée par son parcours dans la Silicon Valley (à Safari Books, par exemple).

Le programme des Tools of Change rend largement compte de cette orientation de l'édition vers des modèles hérités du web dit « 2.0 ». L'édition 2012 à New York⁷⁰ proposait ainsi notamment des tables rondes ou des formations sur la construction d'une communauté (« Building Local and Global Communities around Your Brand, Business, and Properties⁷¹ »), sur les réseaux socionumériques de lecteurs⁷², sur la vente de contenus non fictionnels (« Cracking the Nonfiction code⁷³ » par Michael Tamblyn), ou encore sur l'« expérience utilisateur » (« UX Meets eBooks⁷⁴ »). La même année, lors de l'édition de Francfort, des « outils » tels que « Ganxi⁷⁵ » furent également présentés afin de permettre aux auteurs de lancer une stratégie de « marketing direct » sans passer par un éditeur, alors que les discours sur la « désintermédiation » – propre à la logique de transparence promise par le Web « 2.0 » – n'ont cessé de se multiplier depuis 2010⁷⁶. De même de « ZolaBooks », qui amalgame la vente de livres, la « curation » et la « lecture sociale » dans un seul et même site, comme son fondateur était venu le préciser⁷⁷ à Francfort 2012. Or « ZolaBooks » est parvenu à convaincre six grands éditeurs anglo-saxons. On voit ainsi comment salons concentrent des

métiers et des visions variés, mais harmonisés à partir de discours injonctifs (« l'édition doit s'adapter ») et disruptifs (on ne peut plus faire comme avant « à l'heure des nouvelles technologies »).

L'articulation livre/« gamification » a bénéficié de ces rapprochements, de cette circulation et de cette inscription discursive (dont je proposerai une résolution plus loin). En effet, lors de la foire des livres de Francfort en 2011⁷⁸, Gabe Zichermann du blogue Gamification était venu montrer comment les jeux vidéo pouvaient encourager la lecture en recourant à la « gamification », soit « une technique marketing qui exploite les mécaniques et les processus cognitifs du jeu pour engager les utilisateurs⁷⁹ ». Or, Zichermann avait auparavant rédigé un livre sur la question⁸⁰, livre publié par la maison d'édition O'Reilly, elle-même implantée dans la Foire de Francfort et – rappelons-le – largement pourvoyeuse des utopies du « Web 2.0 » avec *Tools of Change*. Mais la « gamification » était apparue un peu avant dans l'édition numérique, soit presque en même temps que sa naissance (2010) et que son adoption dans d'autres domaines et industries. L'éditeur Penguin lança ainsi BookCountry en avril 2011, qui se présente comme un facilitateur de rencontre entre éditeurs, agents, auteurs, à qui des conseils sont prodigués et des signes distinctifs remis (badges or, argent, bronze, selon leur hiérarchie). La généalogie de la « gamification », sa circulation et son implantation sont donc bien plus complexes qu'il n'y paraît au premier coup d'œil.

Difficulté méthodologique

Une remarque méthodologique s'impose désormais. On pourrait croire que je me suis contenté, jusque-là, de repérer des « coïncidences » dans les foires, qui permettent de faire des hypothèses sur l'inscription d'un discours (« il faut socialiser les œuvres ») dans les interfaces (ajout du bouton « like » pour noter le livre d'un éditeur, par exemple). Sans le suivi minutieux des médiations⁸¹, en effet, on est condamné à ce stade hypothétique, forcé de conclure, par conséquent, qu'il existerait des « idées dans l'air », des « influences » qui finiraient par se matérialiser dans des formes visuelles. L'analyse consisterait alors à rapprocher spécieusement quelques éléments contingents issus des discours, dont on postule la captation par des décideurs (dans les foires, à la machine à café, à partir de la presse, etc.) et les interfaces ou produits que ces mêmes décideurs ont contribué à informer

(auprès de leurs ingénieurs, etc.). Car sans l'accès à une documentation plus confidentielle, on ne peut qu'« être amené à penser que », à partir d'une connaissance plus générale et théorique du monde entrepreneurial, par exemple – ainsi, on est « amené à penser que » les interfaces de Kobo sont produites par des designers, des développeurs, des commerciaux nourris des représentations de Michael Serbinis, comme on est porté à croire que, dans les entreprises nord-américaines, le *Chief executive officer* (CEO) décide de « tout ».

Vers un modèle de la circulation, de la stabilisation et de l'inscription discursive

Pour cerner l'articulation entre « livre » et « gamification », on doit donc relever chaque médiation, son inscription, son adaptation et sa diffusion provisoire (dans le cas de Penguin, par exemple, la « gamification » fut abandonnée en 2013), en fonction de plusieurs paramètres que je livre ici comme des propositions méthodologiques, bien sûr imparfaites. Pour les développer, je reprendrai d'abord l'ensemble du parcours de cette « enquête ».

Partant de l'interface « Reading Life » de Kobo, j'ai donc identifié des indices d'une présence du web industriel et marchand dit « 2.0 » grâce à la connaissance théorique, scientifiquement validée, de cette présence. La « gamification », notamment, a été reconnue comme l'une de ses caractéristiques. Ensuite, je me suis attaché aux discours des dirigeants de Kobo, qui occupent une place importante au sein de l'entreprise, et dont on peut penser – secondés par des équipes en UX Design, en marketing, en communication, etc. – qu'ils sont à l'origine du positionnement stratégique des interfaces. C'est pourquoi j'ai analysé leur profil, leurs prises de parole en public et la généalogie de leurs représentations. L'analyse a alors révélé que ces représentations se situaient au carrefour de plusieurs écologies institutionnelles – l'industrie, la presse, etc. –, et qu'il était difficile de suivre à partir desquelles – c'est la thèse de l'interactionnisme symbolique – les objets sociaux circulent.

Il manque donc à cette analyse une compréhension plus fine du croisement des écologies institutionnelles et de l'inscription dynamique (provisoire ou pérenne) de ce croisement. Dans le cas de Kobo, par exemple, j'ai montré

comment le passage de Michael Serbinis dans la Silicon Valley avait probablement forgé ses représentations, à une époque où les entreprises jouissaient d'un contact avec les écologies institutionnelles orchestré par le Global Business Network. Pour autant, rien ne prouve que ces représentations ne sont pas plutôt nées d'une discussion informelle autour d'un café. De la même façon, si Serbinis et Tamblyn participent sans doute à la conception des interfaces, ils n'ont peut-être pas l'influence décisive des spécialistes de l'« expérience utilisateur » (UX Design), qui partagent d'autres représentations. Enfin, repérant la présence d'un promoteur de la « gamification » dans une foire à laquelle Kobo également prend part, comment certifier, d'une part, que ce dernier a assisté à la conférence de l'autre et que celle-ci, d'autre part, a joué un rôle fondateur dans sa représentation ? Ainsi, la manière dont un acteur aborde et consulte un programme a une incidence significative : c'est, à titre d'exemple, la lecture d'un article de journal sur la « gamification » qui a pu intéresser tel acteur à suivre la conférence de tel spécialiste pour confirmer ou infirmer ses représentations, compte tenu de l'autorité du spécialiste. Mais la confirmation d'une représentation peut se produire bien après, à partir du compte rendu de cette conférence. Et cette confirmation dépend sans doute, là encore, de l'autorité du journal et du journaliste. Michael Serbinis écrit par exemple sur son blogue, le 4 février 2009 : « I've been following Teleread, which isn't bad. » Or, Teleread est un journal de référence dans l'actualité de l'édition numérique, qui contribue à la diffusion, à la structuration et à la stabilisation des représentations par le biais de ses synthèses d'événements.

L'analyse de l'articulation entre livre et « gamification » ne peut donc pas faire l'économie de plusieurs terrains, qui doivent bénéficier d'une méthodologie globale concernant les interactions entre différents acteurs et la généalogie de leurs représentations harmonisées. La « contextualisation situationnelle panoramique » de Muchielli⁸² me semble répondre à ces impératifs ethnographiques, cognitifs et sémiotiques. Elle a en effet le mérite d'adapter le pragmatisme de Mead, la phénoménologie de Schütz et l'interactionnisme symbolique aux acteurs dans les entreprises. Elle constate ainsi qu'une situation vécue par différents acteurs suscite, en vertu de multiples facteurs (expérience personnelle, acculturation, statut, enjeux, etc.), des définitions variées; elle établit comme principe de priorité le monde vécu de l'acteur, d'abord immergé dans sa vision personnelle de la situation, mais

capable d'accéder à la vision d'un autre acteur par l'entremise de l'empathie; elle fait l'hypothèse d'une construction communicationnelle et sociale de la situation partagée, au cours de laquelle des échanges vont être menés, permettant aux acteurs d'aboutir à une définition collective de cette situation. Pour rendre compte de cette dynamique, elle propose de découper une situation en un ensemble d'éléments (normes, enjeux, positionnement, relations) qui prennent sens pour un acteur donné et qu'il est possible de mettre au jour à partir de techniques ethnographiques (observation, observation participante, entrevues individuelles, entrevues de groupe). C'est en recueillant les données propres à chaque point de vue sur une situation que le chercheur obtient une image panoramique de cette situation.

Si on devait l'appliquer à Kobo, cette méthodologie devrait cependant être complétée, dans un second temps, par la convocation explicite des théories de Mead et des outils de Goffman. Il est possible, en effet, que les représentations d'un acteur soient validées par la lecture d'un article de journal relatant a posteriori l'événement auquel il a assisté. La temporalité de la représentation doit donc être prise en compte. Or, Mead offre des distinctions très utiles pour penser l'imbrication des temps avec la vie psychique⁸³. Elles sont d'autant plus utiles qu'elles procèdent des événements transactionnels cités – confrontation et coordination des représentations, etc. –, dont Mead dit qu'ils sont temporellement situés, c'est-à-dire en mouvement. La temporalité est ainsi envisagée comme une narration continue de déploiements sociaux exercés dans des temps et des espaces différents. Dans cette perspective, le « passé » recouvre la « multiplicité des attitudes sociales qui ont été constituées comme des symboles signifiants dans une situation sociale donnée⁸⁴ », tandis que le « futur » rassemble les attitudes sociales et les gestes anticipés par un individu et à partir desquels il va se positionner face à une situation⁸⁵. La vie psychique, quant à elle, est tendue entre le « Moi » – habitudes de soi-même et des autres acquises au cours des transactions et accessibles à la conscience – et le « Je », soit la part créative d'un individu et sa capacité à anticiper, à se projeter, à s'inventer par rapport au « Moi ». Un acte peut alors se définir comme une interaction continue entre le « Je », le « Moi » et des successions de phases qui se cristallisent très progressivement en comportement unique, car, en effet, le « Je » en appelle et répond au « Moi » dans une conversation par gestes internalisée. Ainsi, « sans le principe du "Je", le Soi ne serait rien d'autre qu'un reflet stable et convergent de la

structure sociale et il n'y aurait pas de possibilités d'une activité créatrice et reconstructrice⁸⁶ ». Les allers-retours entre les foires, la presse et différents contacts externes pourront dès lors être évalués et intégrés dans la constitution des symboles signifiants des représentations et des conversations gestuelles entre les deux facettes d'un « Soi » dynamique, toujours joué et redéfini, notamment grâce à la réflexivité qu'opère tout acteur dans l'émergence de son « Moi » (il est alors confronté à une « impulsion » – le problème qui inhibe ses routines –, à une « perception » – écart qui sépare la routine de l'action et conduit à un diagnostic adapté pour résoudre le problème –, à une « manipulation » – hypothèses destinées à corriger le problème – et à une « consommation » – traitement du problème dont l'efficacité est constamment mise à l'épreuve).

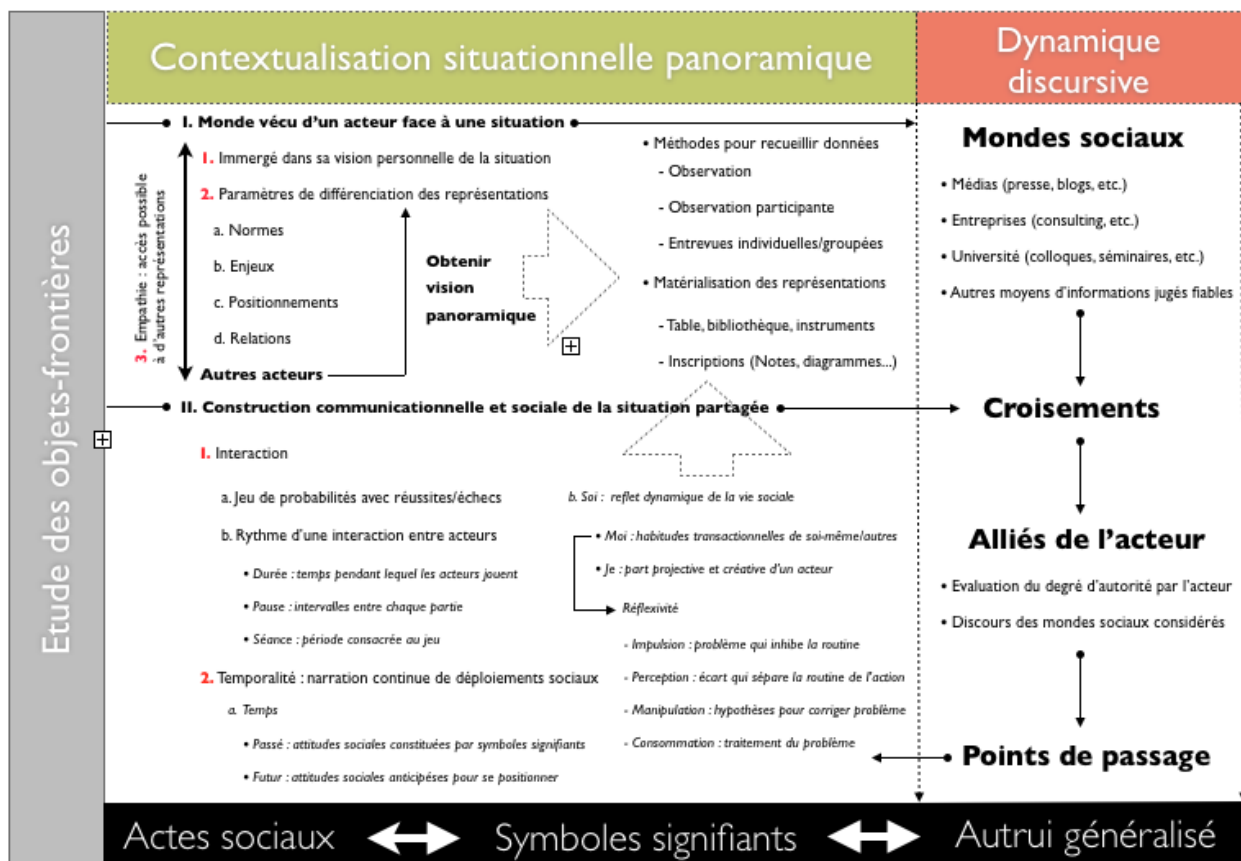
On pourrait utilement préciser cette description à partir de certains apports de Goffman. Les *Rites d'interaction* fournissent en effet une typologie très fine des points d'achoppement et des concordances dans toute interaction sociale. D'abord, un individu n'est pas toujours entièrement contenu dans une situation; il peut aussi y échapper, soit en relâchant son attention, soit en la simulant, soit en se repliant sur lui-même (après une vexation, par exemple, ou pour ne pas perdre la face devant son incapacité à répondre à une question), soit, paradoxalement, en accordant trop d'importance à cette situation (il est alors moins dans l'interaction que dans son analyse distanciée). Ces mécanismes peuvent ainsi entraîner des incompréhensions ou à des mésententes dans les processus coopératifs. À l'inverse, les acteurs peuvent choisir de sacrifier un temps leur identité en augmentant, d'un côté, leur degré d'écoute et en atténuant, de l'autre, leur incompréhension passagère. Cette coopération est le « [p]ont que les individus jettent entre eux et sur lequel ils s'engagent momentanément dans une communion mutuellement soutenue. Cette étincelle, et non l'amour sous ses formes les plus visibles, est ce qui illumine le monde⁸⁷. » L'interaction est donc à envisager comme un jeu doté de ses propres probabilités, comprenant des échecs et des réussites inscrits dans une durée (moments pendant lesquels les individus jouent), des pauses (intervalles entre chaque partie), une séance (période consacrée au jeu entre la première mise et le règlement final) : autant d'éléments qui forment un rythme (nombre de parties par unité de temps).

Si le croisement des écologies institutionnelles a été pensé d'après la temporalité des acteurs qui l'expérimentent et dont les différentes représentations sont appelées à se synthétiser psychiquement, l'identification des éléments d'analyse reste à peaufiner. Dans leur article sur les écologies institutionnelles, Star et Griesemer⁸⁸ proposent ainsi de considérer la transformation des objets sociaux (appelés « objets-frontières ») en fonction de points de passage et d'alliés. L'intérêt d'un tel modèle est qu'il incorpore chaque allié dans différents points de passage, si bien que l'objet-frontière et les représentations qui nourrissent sa matérialisation finale sont sans cesse affinés, selon une combinaison de temporalités, d'acteurs et d'espaces.

Il faut enfin prendre en compte d'autres paramètres, propres à chaque écologie institutionnelle et au circuit de stabilisation d'un discours. Pour l'illustrer, je m'appuierai sur un exemple tiré de mon expérience personnelle. En effet, voulant réagir à la prospérité des discours euphoriques sur la « lecture sociale » (partage de citations entre lecteurs sur les réseaux, etc.), j'ai proposé une série de billets en 2011⁸⁹ analysant les logiques industrielles et économiques qui sous-tendent cette expression. Peu à peu, ces réflexions ont obtenu audience⁹⁰, au point que la contre-expression « lecture asociale », qu'un de mes billets mettait de l'avant, a été reprise par un journaliste⁹¹ et un blogueur/éditeur⁹² avec lesquels j'entretiens des relations (sur Twitter). Or, la source n'était pas citée. On peut croire à un simple oubli, lié à la rapidité avec laquelle un billet journalistique doit être rédigé ou au recours implicite à des normes différentes (il est moins grave ne de pas citer ses sources dans le cas d'un blogue). On peut aussi penser à des stratégies d'appropriation d'autorité, dont les causes peuvent être extrêmement nombreuses (dans une rédaction, par exemple, la nécessité d'attirer l'attention d'un supérieur en refusant une expression commune, alors qu'on vient de se faire recruter comme stagiaire; le besoin de se distinguer des concurrents, etc.). À l'inverse, la reprise d'une expression telle que « lecture sociale », même si ses fondements théoriques sont faibles, peut reposer sur des logiques de référencement propres aux rédactions web ou à des styles d'écriture (alternance entre « réseaux sociaux » et « lecture sociale » pour éviter la répétition⁹³), ou encore à la confiance accordée à un intervenant dans une table ronde dont on fait la synthèse et qui est lui-même pénétré de discours peu distanciés avec ces représentations de la lecture. On a donc affaire à un circuit dynamique qui comprend des déclenchements, des diffusions, des pénétrations, des remises en cause, des stabilisations tributaires de

paramètres très complexes qui conditionnent sans doute le passage de la représentation à l'imaginaire⁹⁴ (son inscription).

L'articulation des modèles de Mucchielli et de Griesemer/Star permettrait donc de couvrir la gamme des problèmes posés par l'analyse de la conception des interfaces et, dans notre cas, de celles de Kobo. Il serait alors possible d'évaluer les contextes immédiats qui nourrissent les représentations des acteurs dans leur entreprise et, suivant les différentes temporalités et situations sociales, de mener des investigations extérieures, sans lesquelles ces représentations ne se stabiliseraient peut-être pas. Je propose donc de récapituler ces positions et ces critères méthodologiques dans le schéma qui suit. En dernière analyse, cette méthodologie pourrait s'appliquer à l'ensemble des productions éditoriales réalisées dans des maisons d'édition notamment numériques (comme Publie.net), où se croisent des corps de métiers variés qui s'informent différemment (*via* les journaux, en participant à des foires, etc.), dynamisant en permanence les représentations et jouant les significations vers lesquelles chacun tend, investi de la nécessité de coopérer.



Marc Jahjah est doctorant à l'PEHESS et à l'Université Laval, sous la co-direction de Christian Jacob et de Milad Doueïhi. Ses recherches portent sur les pratiques d'écriture et de lecture à partir des dispositifs socio-numériques et sur l'anthropologie des acteurs de l'édition et de la littérature. Il est également l'auteur du carnet [Marginalia](#), qui suit l'actualité du livre numérique.

Notes

¹ Le « livre numérique » désignera ici un type de production textuelle reconnaissable comme livre par l'entremise de signes stratégiquement mobilisés à l'écran. Les chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) préfèrent les termes de « textiel » (Jeanneret, Le Marec, Souchier, 2003) ou d'« écrit de réseau » (Souchier, 2013) qui permettent de penser l'intrication complexe entre le texte en ligne, la technique et les signes. Ce n'est pas seulement par commodité communicationnelle que je préfère l'appellation « livre numérique » : elle renvoie en effet mieux aux imaginaires matériels que l'on rencontrera au cours de cette étude.

² Ce « discours sur la lecture » (Chartier, 2000) a été identifié depuis quelques années. On le voit aujourd'hui resurgir (sous diverses formes : « livre augmenté », « livre multimedia », « livre 2.0 », « livre social », etc.) pour faire la promotion de nouvelles créations, qui doivent marquer une rupture avec un passé fantasmé, comme leur plus-value est constamment mise en cause. Ainsi, un responsable canadien de Kobo m'indique « que Reading Life a comme objectif de donner une expérience enrichie, une plus-value sur l'expérience de lecture ».

³ Bogost (2010), Deterding, Dixon, Khaled, Nacke (2011), Guillaud (2011), Jauffret (2012), Yongwen (2011), Werbach (2012) Cette définition fait cependant l'objet de débats au sein de la communauté scientifique. Genvo (2012) propose ainsi d'abandonner le terme de « gamification » pour lui préférer celui de « ludicisation », moins chargé par les industriels et les techniques marketing et behavioristes de Zichermann (2011), tandis que Nicholson (2012), à la suite de Robertson (2010), rappelle que certains la remplacent par « pointification », qui décrit mieux les opérations effectuées dans des activités éloignées du jeu vidéo comme genre. Les guillemets utilisés tout au long de cet article marquent bien ma distance vis-à-vis de ce terme que j'utilise pour spécifier que j'analyserai le versant « ludocapitaliste » (Genvo, 2012) de cette notion à laquelle renvoie la « gamification ». La revue *Interfaces numériques* proposera par ailleurs en 2014 une approche critique des « disséminations vidéoludiques » : <http://calenda.org/258629>. Le 2 octobre 2013, un nouvel appel à contribution fut enfin proposé sur ces questions : <http://calenda.org/260566>.

⁴ « Une application est un programme informatique dont la vocation est de contribuer à une ou plusieurs tâches que doivent effectuer les utilisateurs » (Benoît Drouillat et Nicole Pignier, « Interface » dans *Le Design des interfaces numériques en 170 mots-clés*, Paris, Dunod, 2013, p. 80-81.)

⁵ Plus précisément, « Kobo Reading Life » est une mise à jour lancée en 2011 de l'application Kobo (2010).

⁶ On trouve chez le médiéviste Jacques Le Goff (2013) une distinction utile entre « représentation » et « imaginaire » : d'une certaine façon, l'imaginaire est la représentation matérialisée dans des créations à partir d'un certain nombre d'outils et de savoir-faire. C'est la représentation rendue visible, la forme qu'elle prend et qui la limite en tant qu'abstraction (par exemple : la cathédrale est une Idée, une représentation, mais la cathédrale de Rouen est une matérialisation de cette idée). Les SIC ont tendance à mêler les deux notions (elle est le fait de « concevoir et de partager des idées, des objets, des situations » (Liquète, 2010)), tout comme les historiens des représentations qui la voient comme le produit d'une action par laquelle elle se donne à voir. Comme je m'appuie sur des objets matérialisés, j'utiliserai donc plutôt le terme d'« imaginaire » pour parler de l'inscription de la représentation dans une interface, par exemple; le terme de « représentation » renverra, lui, à un fonds inconscient (les archétypes de Jung) dont nous héritons et avec lequel nous négocions sans arrêt.

⁷ La sémiotique des écrans (Souchier, 1999) parlerait plutôt de « cadre-logiciel » intégré dans un « cadre-système » (iOS) lui-même intégré dans un « cadre-écran » (la tablette) à partir duquel certaines manipulations sont possibles, qui s'inscrivent dans le logiciel. Elle envisage donc la mise en relation de ces différents supports et logiciels comme une rhétorique de l'encadrement (qui conduit par exemple Frau-Meigs (2010) à proposer une typologie des focalisations). L'interface n'est donc pas qu'un logiciel informatique (à la différence de l'application, donc) : c'est le rassemblement de signes, de manipulations et d'inscriptions. Elle se compose alors de plusieurs niveaux (Pignier, Drouillat, 2013) que l'on rencontrera : le dispositif matériel de la machine (écran, clavier, souris); le dispositif de commande du logiciel; la « page-écran » (la navigation, le contenu). Mais si elle n'est peut-être qu'une métaphore (Jeanneret, 2012), elle est cependant commode à utiliser d'un point de vue communicationnel, notamment dans cet article qui ne prétend pas fournir une analyse critique du terme.

⁸ Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, « Socio-sémiotique des médias », Driss Ablali et Dominique Ducard (dir.), *Vocabulaire des études sémiotiques*, Paris, Honoré Champion, 2009.

⁹ Julia Bonaccorci, « Approches sémiologiques du web », Christine Barats (dir.), *Manuel d'analyse du web*, Armand Colin, Format Kindle, 2013, emplacements 2830-3146.

¹⁰ Serge Bouchardon, « Des figures de manipulation dans la création numérique », *Protée*, 39, 1, 2011, p. 37-46.

¹¹ Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, « Points Essais », 2000.

¹² Je ne me livrerai cependant pas à une étude des « usages », qui consiste depuis les années 80 (Jauréguiberry, Proulx, 2011) à mettre au jour la manière dont les concepteurs

d'interfaces (ingénieurs, designers, etc.) les anticipent avant de voir comment « l'utilisateur » se positionne ensuite vis-à-vis d'elles (c'est par exemple le cas des enquêtes menées dans Le Marec, Souchier, Jeanneret, 2001 et Jeanneret, Tardy, 2007). Ce type d'ethnographie requiert en effet une exploration méthodologique que je suis en train de mener dans le cadre de ma thèse, et qui m'amènera plutôt à analyser les pratiques, c'est-à-dire à me réclamer d'autres courants et écoles de pensée. Elles sont en effet insuffisamment pensées en France et réduites à une actualisation des usages inscrits. Je propose dans cet article de les envisager à partir d'une méthodologie qui articule plusieurs modèles d'analyse.

¹³ Ruth Schwartz Cowan, « The Consumption Junction : A Proposal for Research Strategies in the Sociologie of Technology », Wiebe E. Bijker, Thomas Parke Hughes et Trevor J. Pinch (dir.), *The Social Construction of Technological Systems : New Directions in the Sociology and History of Technology*, Cambridge (Mass.), MIT Press, 1987.

¹⁴ Divina Frau-Meigs, *Penser la société de l'écran : dispositifs et usages*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2011, p. 33.

¹⁵ Ruth Schwartz Cowan, citée par Divina Frau-Meigs, dans *Penser la société de l'écran : dispositifs et usages*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2011, p. 33. La « trivialité » de Jeanneret (2007) en est très proche.

¹⁶ Au sens interactionniste, soit la constellation de différents « mondes sociaux » (ce que les « gens » font ensemble dans des cadres) qui se croisent à des points de passage pour assurer la circulation des objets; voir James R. Griesemer et Susan Leigh Star, « Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39 », *Social Studies of Science*, 19, 3, 1989, 387-420.

¹⁷ Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, « Points Essais », 2000. Je reviendrai sur cette notion.

¹⁸ Florence Millerand et Serge Proulx, « Le web social : au carrefour de multiples questionnements », Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff (dir.), *Web social : mutation de la communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010, p. 13-26.

¹⁹ Dominique Boullier, « Les industries de l'attention : fidélisation, alerte ou immersion », *Réseaux*, 154, 2009, p. 231-246.

²⁰ Florence Millerand et Serge Proulx, « Le web social : au carrefour de multiples questionnements », Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff (dir.), *Web social : mutation de la communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010, p. 19.

²¹ L'application sur MAC ou Windows ne présente pas de différences significatives.

²² Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, « Points Essais », 2000.

²³ Jeanneret, Souchier (2009), Bonaccorci (2013). Ces signes sont des icônes (flèches, boutons, etc.) qui, activés, nous permettent de « naviguer » dans une interface et qui conditionnent en même temps nos logiques de déplacement.

²⁴ La classification est empruntée à la sémiotique de Klinkenberg.

²⁵ J'adopte pour l'instant le point de vue intégrationnel de Harris (1998), qui cherche à sortir de la linguistique structurale restrictive. L'énonciation éditoriale de Souchier (2005) en est une actualisation. On trouve dans d'autres domaines (linguistique symétrique de Paveau, 2010; sémantique de Rastier, 2001) le même souci.

²⁶ Étienne Candel et Gustavo Gomez-Mejia, « Écrire l'auteur : la pratique éditoriale comme construction socioculturelle de la littérarité des textes sur le Web », Sylvie Ducas et Oriane Deseilligny (dir.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Paris, Presses universitaires de Paris Ouest, p. 49-72, 2013.

²⁷ Étienne Candel, « L'Œuvre saisie par le réseau », *Communication & langages*, 155, p. 99-114, 2008.

²⁸ Petite nuance : l'unité décrite par Bouchardon est mimétique (elle désigne par exemple le « glisser-déposer » ou le « pincer » auxquels invitent souvent les interfaces). Celle que j'évoque n'est pas porteuse de mimésis mais s'inscrit bien dans une unité, soit une articulation entre plusieurs prescriptions, gestes et inscriptions.

²⁹ Thomas Stenger, « La prescription de l'action collective : double stratégie d'exploitation de la participation sur les réseaux socionumériques », *Hermès*, 59, 2011, p. 127-133.

³⁰ C'est l'une des caractéristiques en effet décrite par Alexandra Saemmer : « Faut-il canoniser la littérature numérique? », Sylvie Ducas et Oriane Desseighilly (dir.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Paris, Presses universitaires de Paris Ouest, p. 31-49, 2013.

³¹ Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, « Points Essais », 2000, p. 240.

³² Hubert Guillaud, *De la mesure à la démesure de soi*, Publie.net, 2012.

³³ Rémi Sussan, « Les ambiguïtés de la gamification », InternetActu, 2011, en ligne : <http://www.internetactu.net/2011/03/01/les-ambiguites-de-la-gamification/>.

³⁴ Le terme « donnée » est à comprendre comme l'inscription d'un usage anticipé qui va faire l'objet d'un traitement (notamment statistique), de manière à déterminer des « profils » et à orienter les stratégies marketing.

³⁵ Propos d'un responsable canadien de Kobo.

³⁶ Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, « Points Essais », 2000.

³⁷ Une traduction est évidemment un déplacement, mais qui comprend des degrés et nécessite des adaptations autres que strictement linguistiques, notamment dans une interface pleine de signes visuels culturalisés.

³⁸ Tous les deux ont exactement été mis à jour le 16 septembre 2013 pour la sortie de la nouvelle gamme de liseuses et tablettes de Kobo. J'ai en effet programmé une automatisation de la capture des sites web à partir de Webmnesia : <http://www.webmnesia.com/>

³⁹ Comme le préconise Roy Harris au sujet des signes écrits. Voir également la note 26.

⁴⁰ Définie par Liquète (2010) comme un effort pour dépasser l'approche « sémiotique restrictive » (Klinkenberg, 2000, p. 312). Elle considère ainsi le système d'information humain et technique comme un ensemble de significations complexes reposant sur des ressources et diverses formes de production des individus, sur leurs connaissances et leurs capacités à analyser et s'approprier par construction du sens les environnements mis à leur disposition. Je n'adopterai pas la pragmatique de Peirce avec laquelle je suis moins familier, même si elle fait l'objet d'une importante actualisation dans ma discipline (les SIC) par Le Marec et Babou (2003).

⁴¹ Potentielle; je rappelle que je n'ai pas mené d'enquêtes ethnographiques suffisamment longues et nombreuses pour le vérifier.

⁴² Chez Mead, en effet, l'acte social est matérialisé par des gestes qu'une personne pose et qui en appellent d'autres, en retour, de la part d'une autre personne. Ces gestes sont, dans le cas de l'interface étudiée, implicites et correspondent bien au processus « itératif » décrit par le responsable canadien de Kobo joint par courriel.

⁴³ « Ces symboles signifiants médiatisent nos processus transactionnels de construction de significations en identifiant des interprétations que nous tenons comme plus ou moins communes. [...] L'engagement transactionnel offre l'opportunité aux acteurs d'explorer les différences dans les significations qu'ils attachent aux symboles particuliers »; B. Simpson, « Le pragmatisme, Mead et le tournant pratique », *Activités*, 10, 1, 2012, p. 160.

⁴⁴ « [...] système organisé de symboles signifiants qui reflète les attitudes généralisées, ou le discours, d'un groupe social ou d'une communauté. Les habitudes sociales de conduite sont constituées comme l'autrui généralisé et l'appartenance à une communauté est démontrée par une capacité à se conduire selon les attitudes généralisées »; B. Simpson, « Le pragmatisme, Mead et le tournant pratique », *Activités*, 10, 1, 2012, p.160.

⁴⁵ Ce terme sera ici entendu comme un type d'usages linguistiques codifiés (Ablali, Ducard, 2009) et inscrits dans une stratégie de communication et d'orientation visant l'appropriation des produits présentés.

⁴⁶ Michael Serbinis était ainsi récemment interrogé par le blogue Goodereader (<http://goodereader.com/blog/electronic-readers/kobo-sought-to-be-international-all-along>), spécialisé depuis des années dans l'actualité de l'édition numérique. Ce dernier a cependant été remplacé en février 2014 :

http://business.financialpost.com/2014/02/04/kobo-replaces-founding-chief-executive-michael-serbinis/?_lsa=ac89-9e4d. Le présent article, rédigé avant cette annonce, garde néanmoins sa pertinence quant à l'analyse stratégique de Kobo.

⁴⁷ L'expression « culture des données » a été utilisée par Tamblyn lui-même dans une de ses présentations au Digital Book World 2011. On peut la consulter sur slideshare : <http://fr.slideshare.net/Kobobooks/kobo-data-for-breakfast-analysis-and-salesdriven-culture-michael-tamblyn-digital-book-world-2011>

⁴⁸ On pourra lire une synthèse de cet événement sur mon blogue : <http://www.sobookonline.fr/livre-numerique/ebook-world/europe/digital-conference-de-la-foire-des-livres-de-londres-les-livres-augmentes-et-les-applications-sont-morts/>

⁴⁹ Le terme est de Bootz (2006). Il renvoie à un ensemble de stratégies cognitives et corporelles grâce auxquelles les concepteurs d'un logiciel s'assurent l'attention d'un usager.

⁵⁰ Voir « Un café Starbucks contre quelques heures de lecture » sur mon blogue : <http://www.sobookonline.fr/livre-numerique/livre-social/interview-du-directeur-de-kobo-canada-un-cafe-starbucks-contre-quelques-heures-de-lecture/>

⁵¹ L'API (Application Programming Interface) est ce qui autorise un logiciel à se connecter à un autre logiciel pour « communiquer » avec lui.

⁵² « Un café Starbucks contre quelques heures de lecture » sur mon blogue : <http://www.sobookonline.fr/livre-numerique/livre-social/interview-du-directeur-de-kobo-canada-un-cafe-starbucks-contre-quelques-heures-de-lecture/>

⁵³ Comme on l'apprend sur son profil LinkedIn : <http://ca.linkedin.com/in/michaeltamblyn>

⁵⁴ La brochure est consultable à cette adresse : <http://www.ivey.uwo.ca/mba/docs/MBA-brochure.pdf>

⁵⁵ Consultable à cette adresse : http://www.linkedin.com/profile/view?id=68275&locale=en_US&trk=tyah2&trkInfo=tas%3Amichael%20serbinis

⁵⁶ Le livre a récemment été traduit en français sous le titre *Aux sources de l'utopie numérique*. Les lignes qui suivent s'appuient en partie sur l'introduction de Cardon (2012).

⁵⁷ Dominique Cardon, « Introduction », Fred Turner, *Aux sources de l'utopie numérique*, Caen, C&F Éditions, 2012, p. 27.

⁵⁸ <http://serbinis.blogspot.ca/2003/05/future-in-review.html>

⁵⁹ <http://serbinis.blogspot.ca/2005/03/mobile-data.html>

⁶⁰ Sur ces questions, voir Ann Blair, *Too Much to Know : Managing Scholarly Information Before the Modern Age*, Yale University Press, 2010.

⁶¹ « In the days of information overload, I believe we are all going to start caring a lot more about the quality of the content we receive on our terminal / device of choice. In particular, I believe the screens of Preference, Priority and Reputation are a good start to filter all the noise we get on a daily basis. [...] With communities of reviewers constantly reviewing content on popular sites like Ebay, Amazon and others... »

⁶² <http://serbinis.blogspot.ca/2006/02/change.html>

⁶³ <http://serbinis.blogspot.ca/2009/12/kobo-launches.html>

⁶⁴ <http://serbinis.blogspot.ca/2009/01/shortcovers-at-ces-2009-in-las-vegas.html>

⁶⁵ Le poème est consultable sur le blog de Michael Serbinis : <http://serbinis.blogspot.fr/2010/01/twas-night-before-itabiet.html>

⁶⁶ Les premières pages du livre de référence de Simondon (réédité en 2012) sont précisément consacrées au dépassement de cette opposition que Ellul avait contribué à cristalliser (Vial, 2013). Patrick Chastenet relativise cependant cette image rapide d'Ellul (technophobe) dans une entrevue accordée aux « Nouveaux chemins de la connaissance » sur France Culture : <http://www.franceculture.fr/emission-les-nouveaux-chemins-de-la-connaissance-actualite-philosophique-jacques-ellul-2014-04-18>

⁶⁷ <http://serbinis.blogspot.ca/2011/04/disruption.html>

⁶⁸ On pourra le vérifier sur mon blogue, rubrique « Vu d'ailleurs » : <http://www.sobookonline.fr/ebooks/livre-numerique/ebook-world/>

⁶⁹ Voir Franck Rébillard, « Du web 2.0 au web : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques », Paris, *Hermès*, 59, p. 25-31.

⁷⁰ Voir ma synthèse : <http://www.sobookonline.fr/livre-numerique/syntheses/tools-of-change-2012-avancer-changer-et-vite/>

⁷¹ <http://www.toccon.com/toc2012/public/schedule/detail/22094>

⁷² Voir la présentation du fondateur de Goodreads : <http://www.slideshare.net/PatrickBR/goodreads-how-people-discover-books>

⁷³ <http://www.toccon.com/toc2012/public/schedule/detail/22089>

⁷⁴ <http://www.toccon.com/toc2012/public/schedule/detail/22234>

⁷⁵ <http://get.ganxy.com/>

⁷⁶ Il reste néanmoins à le prouver scientifiquement.

⁷⁷ <http://www.toccon.com/toc2013/public/schedule/speaker/145174>.

⁷⁸ Voir ma synthèse : <http://www.sobookonline.fr/livre-numerique/syntheses/foire-de-francfort-23-creations-et-experimentations/>. L'intervention de Zichermann est consultable sur Youtube : <http://www.youtube.com/watch?v=aAF8qCnTnd4>.

⁷⁹ <http://www.gamification.co/gabe-zichermann/>

⁸⁰ Gabe Zichermann, *Gamification by Design*, O'Reilly Media, 2011.

⁸¹ On trouve cette définition chez Liquète, qui est une synthèse des différentes positions en SIC et que cet article aura cherché à dérouler : « [...] recherche du lien entre l'énonciation et le récepteur. Ce lien s'étalait, grâce à une tierce personne et/ou un ensemble de techniques, d'outils, d'essais ou d'interfaces accompagnant le récepteur (usager, client, citoyen) afin de lui faciliter la compréhension par la construction de sens, pouvant se solder par un changement (d'actions, de représentations, etc.) de sa part »; Vincent Liquète (dir.), *Médiations*, Paris, CNRS Éditions, Les Essentiels d'Hermès, 2010, p. 11.

⁸² Alex Mucchielli, « Contextualisation situationnelle panoramique », Alex Mucchielli (dir.), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*, Paris, Armand Colin, 2009.

⁸³ Je reprends ici la synthèse des positions de Mead développée par Bélanger (2010) et Simpson (2013).

⁸⁴ B. Simpson, « Le pragmatisme, Mead et le tournant pratique », *Activités*, 10, 1, 2012, p. 163.

⁸⁵ « Situés entre le passé et le futur, [les acteurs] sont contraints de reconstruire continûment leurs histoires dans le but de comprendre leurs transactions présentes. Dans le même temps, ils projettent ces compréhensions dans le futur pour en déduire les résultats probables des actions présentes »; B. Simpson, « Le pragmatisme, Mead et le tournant pratique », *Activités*, 10, 1, 2012, p. 163.

⁸⁶ B. Simpson, « Le pragmatisme, Mead et le tournant pratique », *Activités*, 10, 1, 2012, p. 161.

⁸⁷ Ervin Goffman, *Les Rites d'interaction*, Paris, Minuit, 1974, p. 104.

⁸⁸ James R. Griesemer et Susan Leigh Star, « Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39 », *Social Studies of Science*, 19, 3, 1989, 387-420.

⁸⁹ On pourra en lire une synthèse sur : <http://lafeuille.blog.lemonde.fr/2011/10/06/comprendre-ce-que-la-lecture-sociale-impacte/>

⁹⁰ Sur Actualitté par exemple, le 10 avril 2012 : <http://www.actualitte.com/acteurs-numeriques/l-ebook-de-plus-en-plus-immersif-33391.htm>

⁹¹ Malgré mes recherches, je n'ai pas retrouvé l'article.

⁹² <http://book-to-the-future.tumblr.com/post/34976950871/sur-connexion-burn-out-numerique-reseaux-sociaux>

⁹³ <http://www.zeit.de/kultur/literatur/2012-03/social-reading>

⁹⁴ Voir la note 7.

Bibliographie

Driss Ablali et Dominique Ducard, *Vocabulaire des études sémiotiques*, Paris, Honoré Champion, 2009.

Marie-Ève Bélanger, « The Annotative Practices of Graduate Students: Tensions & Negotiations Fostering an Epistemic Practice », Master of Information Studies, University of Toronto, 2010.

Ann Blair, *Too Much to Know : Managing Scholarly Information Before the Modern Age*, Yale University Press, 2010.

Julia Bonaccorci, *Le devoir de lecture. Médiations d'une pratique culturelle*, Paris, Lavoisier-Hermès, 2009.

Julia Bonaccorci, « Approches sémiologiques du web », Christine Barats (dir.), *Manuel d'analyse du web*, Armand Colin, Format Kindle, 2013, emplacements 2830-3146.

Pierre Bonnier, « Gamification », *Le Design des interfaces numériques en 170 mots-clés*, Paris, Dunod, 2013, p. 63-64.

Philippe Bootz, « Le lecteur capturé », Colloque international Ludovia, Saint-Lizier, 2006, en ligne : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/13/72/17/PDF/Le_lecteur_capture_article_definitif.pdf

Serge Bouchardon, « Des figures de manipulation dans la création numérique », *Protée*, 39, 1, 2011, p. 37-46.

Dominique Boullier, « Les industries de l'attention : fidélisation, alerte ou immersion », *Réseaux*, 154, 2009, p. 231-246.

Philippe Bouquillion et Jacob Thomas Matthews, *Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2010.

Étienne Candel, « L'Œuvre saisie par le réseau », *Communication & langages*, 155, p. 99-114, 2008.

Étienne Candel et Gustavo Gomez-Mejia, « Écrire l'auteur : la pratique éditoriale comme construction socioculturelle de la littérarité des textes sur le Web », Sylvie Ducas et Oriane Deseilligny (dir.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Paris, Presses universitaires de Paris Ouest, p. 49-72, 2013.

Dominique Cardon, « Introduction », Fred Turner, *Aux sources de l'utopie numérique*, Caen, C&F Éditions, 2012.

Anne-Marie Chartier et Jean Hébrard, *Discours sur la lecture (1880-2000)*, Clichy, Éditions BPI, 2000.

Sébastien Deterding, Dan Dixon, Rilla Khaled et Lennart Nacke, « From game design elements to gamefulness : Defining "gamification" », *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, 2011, p. 9-15.

Milad Doueïhi, *Pour un humanisme numérique*, Paris, Seuil, 2012.

Benoît Drouillat et Nicole Pignier, « Interface » dans *Le Design des interfaces numériques en 170 mots-clés*, Paris, Dunod, 2013, p. 80-81.

Divina Frau-Meigs, *Penser la société de l'écran : dispositifs et usages*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2011.

Sébastien Genvo, « La théorie de la ludicisation : une approche anti-essentialiste des phénomènes ludiques », communication lors de la journée d'études *Jeu et jouabilité à l'ère numérique*, Paris, Institut d'Arts et d'Archéologie, 8 Décembre 2012, en ligne : <http://www.ludologique.com/publis/LudicisationDec12.pdf>

Ervin Goffman, *Les Rites d'interaction*, Paris, Minuit, 1974.

James R. Griesemer et Susan Leigh Star, « Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39 », *Social Studies of Science*, 19, 3, 1989, 387-420.

Hubert Guillaud, « Retourner au plaisir de Jouer », InternetActu, 2011, en ligne : <http://www.internetactu.net/2011/02/16/retourner-au-plaisir-de-jouer/>.

Hubert Guillaud, « De la mesure à la démesure de soi », Publie.net, 2012.

Roy Harris, *Sémiologie de l'écriture*, Paris, CNRS Éditions, 1998.

Ian Bogost, *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*, Cambridge (Mass.), The MIT Press, 2010.

Arthur Jauffret, « La gamification est-elle un concept de marketing? », *Regard Sur Le Numérique*, 2011, en ligne : <http://www.rslnmag.fr/post/2011/08/22/La-gamification-est-elle-un-simple-concept-marketing.aspx>.

Yves Jeanneret et Cécile Tardy (dir.), *L'écriture des médias informatisés : espaces de pratiques*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2007.

Yves Jeanneret, *Penser la trivialité : la vie triviale des êtres culturels*, vol. 1, Paris, Hermès-Lavoisier, 2008.

Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, « Signes passeurs », Driss Ablali et Dominique Ducard, *Vocabulaire des études sémiotiques*, Paris, Honoré Champion, 2009.

Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, « Socio-sémiotique des médias », Driss Ablali et Dominique Ducard, *Vocabulaire des études sémiotiques*, Paris, Honoré Champion, 2009.

Yves Jeanneret, « Écriture et médias informatisés », Anne-Marie Christin, *Histoire de l'écriture : de l'idéogramme au multimédia*, Paris, Flammarion, 2012, p. 395-402.

Francis Jaureguiberry et Serge Proulx, *Usagers et enjeux des technologies de communication*, Éditions Érès, 2011.

Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, « Points Essais », 2000.

Joëlle Le Marec, Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier (dir.), *Lire, écrire, récrire : Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Clichy, Éditions BPI, 2003.

Joëlle Le Marec et Igor Babou, « De l'étude des usages à une théorie des composites: objets, relations et normes en bibliothèque », Joëlle Le Marec, Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier (dir.), *Lire, écrire, récrire : Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Clichy, Éditions BPI, 2003, p. 233-299.

Vincent Liquète (dir.), *Médiations*, Paris, CNRS Éditions, Les Essentiels d'Hermès, 2010.

Jacob Thomas Matthews, « Quelques pistes de réflexion en vue d'une approche critique du web collaboratif », Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff

(dir.), *Web social : mutation de la communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010.

Jane McGonigal, *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, Vintage, 2011.

George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society*, Chicago, University of Chicago Press, 1934.

Florence Millerand et Serge Proulx, « Le web social : au carrefour de multiples questionnements », Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff (dir.), *Web social : mutation de la communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010, p. 13-26.

Alex Mucchielli, « Contextualisation situationnelle panoramique », Alex Mucchielli (dir.), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*, Paris, Armand Colin, 2009.

Scott Nicholson, « A User-Centered Theoretical Framework for Meaningful Gamification », *Games + Learning + society 8.0*, Madison, 2012.

Marie-Anne Paveau, « Une linguistique symétrique pour penser le discours », 2010, en ligne : <http://penseedudiscours.hypotheses.org/95>

François Rastier, *Art et sciences du texte*, Paris, PUF, coll. « Formes sémiotiques », 2001.

Franck Rébillard, « Du web 2.0 au web : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques », Paris, *Hermès*, 59, p. 25-31.

Margaret Robertson, *Can't Play, Won't Play. Hide & Seek : Inventing New Kinds of Play*, 2010, en ligne : <http://www.hideandseek.net/2010/10/06/cant-play-wont-play>.

Alexandra Saemmer, « Faut-il canoniser la littérature numérique? », Sylvie Ducas et Oriane Desseighilly (dir.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Paris, Presses universitaires de Paris Ouest, p. 31-49, 2013.

Ruth Schwartz Cowan, « The Consumption Junction : A Proposal for Research Strategies in the Sociologie of Technology », Wiebe E. Bijker, Thomas Parke Hughes et Trevor J. Pinch, *The Social Construction of Technological Systems : New Directions in the Sociology and History of Technology*, Cambridge (Mass.), MIT Press, 1987.

Gilbert Simondon, *Du mode d'existence des objets*, Paris, Aubier, 2012.

B. Simpson, « Le pragmatisme, Mead et le tournant pratique », *Activités*, 10, 1, 2012, pp. 155-171.

Emmanuel Souchier, « Histoire de pages et pages d'histoire », Anne Zali (dir.), *La Naissance de l'écriture : la page*, vol. 3, Paris, BnF, 1999.

Emmanuel Souchier et Yves Jeanneret, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication et langages*, 145, 2005, p. 3-15.

Emmanuel Souchier, « Livre numérique ou écrit de réseau », Anne Zali (dir.), *La Grande aventure du livre*, Paris, BnF-Hatier, p. 32-36, 2013.

Thomas Stenger, « La prescription de l'action collective : double stratégie d'exploitation de la participation sur les réseaux socionumériques », *Hermès*, 59, 2011, p. 127-133.

Rémi Sussan, « Les ambiguïtés de la gamification », InternetActu, 2011, en ligne : <http://www.internetactu.net/2011/03/01/les-ambiguites-de-la-gamification/>.

Stéphane Vial, *L'Etre et l'écran*, Paris, PUF, 2013.

Yongwen Xu, « Literature Review on Web Application Gamification and Analytics », 2011, en ligne : <https://csdl-techreports.googlecode.com/svn/trunk/techreports/2011/11-05/11-05.pdf>