



HAL
open science

Appréhender le développement de la prescription littéraire entre particuliers sur les réseaux sociaux numériques de lecture

El Hadji Hady Dieye

► **To cite this version:**

El Hadji Hady Dieye. Appréhender le développement de la prescription littéraire entre particuliers sur les réseaux sociaux numériques de lecture. Sciences de l'information et de la communication. 2021. dumas-03726221

HAL Id: dumas-03726221

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03726221>

Submitted on 18 Jul 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Médias Communication

Option : Communication et technologie numérique

Appréhender le développement de la prescription littéraire entre particuliers sur les réseaux sociaux numériques de lecture

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Pierre Michel Riccio

Nom, prénom : DIEYE El Hadji Hady

Promotion : 2020-2021

Soutenu en 2021

Mention du mémoire : Bien

Résumé

Les réseaux sociaux numériques dédiés à la lecture ont favorisé le développement de la prescription entre particuliers : un rôle traditionnellement dévolu aux professionnels de l'édition. Notre travail a pour objectif de comprendre les motivations derrière cette nouvelle donne et comment les interfaces numériques participent à l'actualisation des rapports entre éditeurs, lecteurs et professionnels de la prescription littéraire. Une enquête a été menée auprès des utilisateurs actifs de ces réseaux, couplée à une étude sémiologique, méthodologie adoptée pour mener à bien cette notre étude.

MOTS CLES

Prescription littéraire, communautés en ligne, réseaux sociaux numériques de lecture, particuliers, utilisateurs réseaux de lecture, membres réseaux de lecture, recommandations littéraires, notes de lecture, livre, lecture, critiques littéraires, professionnels de l'édition, prescription en ligne, membres de Babelio, membre de Livraddict.

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance aux professeurs du CELSA Sorbonne et de l'IMT Mines d'Alès. À tous ces intervenants, je présente mes remerciements, mon respect et ma gratitude

J'adresse mes sincères remerciements à Monsieur Pierre Michèle RICCIO, mon encadrant et à Mme Silvia DEKORSY pour avoir accepté de porter un regard professionnel sur mon travail.

Mes sincères remerciements à Mme Laurence SYLVAIN pour ses efforts et sa présence.

Je remercie enfin ma très chère Fatim MBOW pour son soutien constant et ses encouragements.

Table des matières

Introduction générale.....	7
1. Contexte.....	7
2. Intérêt du sujet.....	8
3. Problématique.....	9
4. Hypothèses.....	10
5. Méthodologie.....	12
Chapitre 1 : concepts et cadre théorique.....	14
I. Définition des concepts clés.....	15
1. Notion de prescription.....	15
2. Différentes formes de prescription.....	16
a) Prescription éditoriale.....	16
b) Prescription professionnelle.....	16
c) Prescription littéraire, prescription en ligne.....	17
d) Communautés en ligne.....	17
e) Types de communautés en ligne.....	18
f) Réseau social et réseau social numérique.....	19
II. Cadre théorique : la théorie de l'acteur réseau.....	20
Bibliographique.....	24
III. Enquête de terrain.....	26
1. Démarche.....	26
a) Questionnaire.....	26
b) Choix des participants.....	26
c) Présentation des réseaux sociaux choisis.....	27
2. Méthodologie.....	28
a) Méthode l'observation participante.....	28
b) Théorisation ancrée.....	29
c) Etude sémiologique des sites de lecture.....	31
Chapitre 2 : La lecture et le numérique.....	33
I. Les réseaux sociaux numériques.....	34
1. Perception des interfaces numériques.....	34
2. Impact sur les usages.....	37
3. L'affordance en question.....	38
II. Analyse sémiologie de deux sites de lecture.....	40
1. Babelio.....	40

a) Interface.....	41
b) Contenu	43
c) Regard critique	50
2. Livraddict	52
a) Interface.....	52
b) Le contenu	54
c) Regard critique	56
Chapitre 3 : Rôle des membres actifs.....	62
1. Réseau social sans relations « sociales »	63
2. Proximité intellectuelle.....	65
3. Puissance du réseau	69
Chapitre 4 : Perception des professionnels.....	73
1. Critères des lecteurs.....	74
2. Professionnels face aux lecteurs.....	76
3. Stratégie des réseaux numériques.....	77
Conclusion	83
Bibliographie.....	88
Annexes	90
Entretiens	90

Introduction générale

1. Contexte

« Le livre est un bien d'expérience ou singulier, c'est-à-dire un bien dont on ne peut connaître la qualité réelle a priori et qui reste entouré d'un certain mystère, d'une opacité irréductible. Des opérations, comme le recours à un prescripteur, peuvent réduire cette incertitude sur la qualité et permettre d'observer les caractéristiques du livre avant sa consommation. »¹

Ces mots de Louis Wiart résument de façon pertinente et sans équivoque la situation du lecteur, occasionnel ou passionné, devant un livre : le besoin d'avis extérieurs, de connaisseurs pour éclairer son choix. Il faut préciser que l'histoire du livre est intimement liée au phénomène de prescription sous différentes formes. En effet, dans la presse, les journalistes nous présentent leurs coups de cœur, leur découverte et les « must have », qu'ils ont lus et jugés en experts, selon leurs critères, pour aider le lecteur potentiellement profane à se décider. Dans les magazines littéraires télévisés, ils invitent des critiques, des connaisseurs, légitimés par leur expérience, pour parler de la rentrée littéraire, des nouveaux livres, en mettant en avant les productions à venir et à ne pas manquer. En général, cela prend la forme de commentaires neutres et très éloignés de toute intention d'indiquer au lecteur le choix de son prochain livre. Dans les salons ou forums littéraires, les mêmes personnes expertes ou grands connaisseurs donnent leur avis à un public qui salive déjà à l'idée de lire un livre qu'on lui présente comme la production de l'année, voire du siècle. Dans les librairies, il arrive souvent de voir des annotations sur certains livres, les distinguant ainsi du lot. L'ensemble de ces circuits traditionnels a accompagné l'industrie de l'édition, la communication et la distribution du livre. La place du lecteur était alors dans les salles de conférence, devant la télé ou le journal écrit, pour sagement attendre le verdict des experts avant de se lancer dans la périlleuse entreprise de choix de son prochain livre. Mais tout cela appartient désormais à une époque révolue.

« Une prescription littéraire irréductible aujourd'hui à une simple relation de confiance ou de crédit porté à des instances traditionnelles (presse, académies, jurys) dont l'autorité et la recommandation verticale ne vont pas (plus) de soi »², grâce à l'avènement d'internet et des nombreux canaux de communication et d'échanges nés dans son sillage. Des réseaux sociaux

¹ WIART Louis, « Le marché francophone de la prescription littéraire en réseaux », in *Les moteurs et systèmes de recommandation*, Londres, ISTE Éditions, 2014, pp. 191-210

² Ducas Sylvie, Pourchet Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication & langages*, 2014/1 (N° 179), p. 21-31

numériques ont apparus, dans les années 2000, dédiés à la lecture et aux lecteurs qu'ils ont libérés des contraintes de la communication verticale. C'est une véritable révolution dans le monde de l'édition, surpris par le pouvoir et l'influence grandissants des lecteurs, hors de leur contrôle et revendiquant les mêmes fonctions que les professionnels de la prescription. Les réseaux numériques de lecteurs offrent toute une panoplie de fonctionnalités et les mettent à la disposition de leurs membres, afin que ces derniers puissent interagir entre eux, par le partage de commentaires, de recommandations, de bibliothèques virtuelles ou encore l'organisation de groupes thématiques. Ce sont des mondes à part où le lecteur est roi et s'affranchit également du pouvoir des professionnels. Sur ces réseaux numériques, un membre peut voir les livres annotés, commentés et parfois recommandés par des centaines ou des milliers de membres. De lecteurs consommateurs sur « injonction », ils deviennent des acteurs qui impactent directement la communication sur le livre, et par là, le marché de l'édition.

Aujourd'hui un lecteur peut recommander des ouvrages à d'autres lecteurs. Ses sentiments et ses goûts peuvent influencer ceux des autres et vice versa. Le tout dans un univers où finalement la présence d'une maison d'édition, l'avis d'un journaliste ou d'un critique littéraire semblent inaudibles dans cet espace, à la fois restreint et très ouvert. Les lecteurs, nouveaux prescripteurs, ont même inventé des façons nouvelles de communiquer sur les livres, en inventant de nouveaux formats sur les réseaux sociaux tels que YouTube et Instagram notamment. La recommandation y est faite sous forme de vidéo ou de mélange de résumé et de photos d'illustration, donnant une touche artistique personnelle aux internautes.

2. Intérêt du sujet

Dans un article corédigé dans la revue *Communication et Langage*, Sylvie Ducas et Maria Pourchet avancent que « La question de la prescription littéraire trouve aujourd'hui au moins deux raisons d'être abordée. D'abord parce que l'environnement numérique renouvelle ses formes traditionnelles et les concurrence en proposant de nouvelles interfaces de recommandation, ceci au moment où l'hyperchoix et la pléthore éditoriale rendent plus crucial l'impératif de signaler et recommander »³. Toutes les interfaces des réseaux numériques, sans distinction, encouragent d'une manière ou d'une autre les recommandations, le partage d'avis, les indications de bonnes affaires mais également le partage des mauvaises expériences. Dans

³ Ducas Sylvie, Pourchet Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication & langages*, 2014/1 (N° 179), p. 21-31

les réseaux sociaux numériques, c'est la devise. Dès l'inscription, le nouveau membre se voit plonger dans un univers de « like », commentaires, partages, mise en avant de bibliothèques, des citations, etc. C'est comme dans une immense maison de verre où chaque geste, chaque activité est non seulement visible mais mis en avant pour être remarqué, discuté et partagé. Le défaut que l'on trouve souvent aux autres réseaux sociaux est ici une qualité auprès des communautés de lecteurs.

Parallèlement, les maisons d'édition se mettent au digital, pour rester près des lecteurs. L'édition numérique se développe ainsi que l'autoédition. Les bibliothèques et les librairies ne sont pas en reste. Tout ce monde qui en temps normal, n'est pas censé se rencontrer au même endroit, se partage les mêmes sites de vente, de location ou de prêts de livres. Pouvoir toucher tous les lecteurs à la fois constitue une véritable opportunité. Les lecteurs n'attendent plus d'être orientés, ils se prennent en charge, par la boucle de recommandations que permet internet. Dans ce contexte particulier, il serait intéressant d'étudier le rôle des professionnels de la prescription/critiques littéraire dans les stratégies des éditeurs et des libraires. Interviennent-ils toujours ? Ou les éditeurs préfèrent-ils les influenceurs dans leur approche « digitale » ? Quelle est aujourd'hui leur place au niveau des éditeurs, libraires et grand public dans l'influence des lectures ? La réponse à ces questions permettra à l'économie de l'édition d'ajuster ses stratégies, d'affiner ses canaux et de savoir si la prescription traditionnelle est définitivement incompatible avec notre époque.

Par ailleurs, les productions des spécialistes de l'édition continuent certes à traiter le thème de la prescription, mais la question relative à la place des prescripteurs reste moins documentée.

3. Problématique

Les communautés de lecteurs ont donc une grande influence sur les plateformes dédiées à la lecture. Chacun contribue au développement des liens entre les membres, en postant ses découvertes et surtout en parlant de manière indépendante de ce qu'il a aimé ou pas. Ainsi, chaque membre est à la fois lecteur et prescripteur, hors de contrôle des intérêts des maisons d'édition, de la « lucidité » des critiques, des spécialistes. Cette situation est problématique, même si les acteurs de l'édition sont aussi présents sur le digital, dans la mesure où nous assistons à l'émergence de nouveaux critères de lecture de l'œuvre littéraire et que les

prescripteurs professionnels voient leurs marges réduites, obligés de partager leur travail avec des communautés d'amateurs.

Cette situation pose la problématique de la pertinence de la prescription littéraire dans un monde où la connexion entre communautés de prescripteurs amateurs semble constituer une barrière très forte. **Comment comprendre le développement de la prescription entre particulier sur les réseaux sociaux numériques de lecture ?**

4. Hypothèses

- **Les architectures des sites web facilitent la prescription entres particuliers**

Précisons d'abord que par architecture de site web, nous faisons référence à l'arborescence, à l'organisation globale des pages, des liens et de leurs relations. Sans arborescence, il serait difficile pour un internaute de comprendre le parcours de navigation et de trouver facilement les informations souhaitées. Sans entrer dans le détail technique, l'arborescence constitue donc un élément essentiel à plusieurs niveaux. En effet, elle permet de comprendre l'objectif d'un site web, d'une plateforme de contenu. Elle guide l'utilisateur, lui fournit à travers le menu, l'organisation des sujets par bloc ou par thème, un ensemble d'informations. Un internaute peut ainsi comprendre ce qui est attendu de lui. Le concepteur du site web lui montre clairement par où passer pour obtenir une information, pour discuter avec d'autres internautes, pour acheter un produit, pour vendre un service... C'est pourquoi il existe autant de types d'arborescences que d'objectifs, selon les sujets abordés, la nature des relations attendues.

Vue sous cet angle, l'arborescence d'un site web demeure déterminante dans le succès ou l'échec, ou plutôt dans l'atteinte des objectifs ayant prévalu à sa création. Cela vaut pour les réseaux sociaux et autres plateformes collaboratives. Sur les réseaux sociaux numériques de lecture, les communautés sont dynamiques, échangent des milliers de commentaires sur les livres. Mis à part le fait qu'ils soient des gens motivés par l'actualité du livre, leur engouement autour des réseaux numériques et leur dynamisme pourraient également s'expliquer par la nature même des interactions prévues par l'architecture des sites web. C'est pourquoi nous avons avancé l'hypothèse que les architectures des sites web constituent un élément essentiel dans le développement de la prescription littéraire au sein des réseaux sociaux numériques de lecture.

- **Certains lecteurs n'envient rien aux professionnels sur le plan de la compétence**

Les communautés des réseaux sociaux numériques de lecture comptent parmi elles toutes les catégories de lecteurs : amateurs, lecteurs occasionnels, grands lecteurs, professionnels de l'édition, critiques littéraires... Plusieurs profils s'y rencontrent, certains sont plus attirés par un thème alors que d'autres parcourent les commentaires et les avis pour choisir un livre au hasard ou à la faveur de l'actualité du moment. Chacun membre de la communauté arrive avec un objectif, selon ses expériences littéraires, ses envies et ses goûts. Cette multitude de profils, d'expériences et de professions rend les réseaux encore plus dynamiques, en ce sens que bien des lecteurs se trouvent en position de donner des avis fouillés sur des domaines précis. Soit parce qu'ils sont très informés sur les actualités d'un thème donné, en plus de lire régulièrement, soit ils ont une expérience littéraire proche de celle des critiques littéraires ou des autres intermédiaires du livre. Dans tous les cas, il s'agit de personnes que nous pouvons qualifier de confiance. La puissance du réseau des relations, des recommandations et de la mise en avant permet aux autres particuliers d'avoir accès aux éléments de critiques pertinents, et surtout à l'activité intense des meilleurs critiques. Ces personnes qui se démarquent à l'échelle des réseaux, dans tous les domaines et centres d'intérêt de la majorité pourraient naturellement jouer le rôle de leaders, grâce à leur exposition. Elles sont certes des particuliers, à priori, non affiliés à quelque entreprise que ce soit, ayant pour objectif de participer au débat sur le livre et l'édition de façon générale. Mais leurs remarques sortant généralement du lot, elles peuvent influencer les autres membres de la communauté, légitimant ainsi leurs avis ou recommandations sur des sujets précis. Cette position renforce davantage leur impact au sein des groupes. Ils auraient, étant particuliers sans étiquette et rassurants, la confiance de la communauté de sorte que celle-ci lui accorde la primauté sur leurs choix de lecture. Pour nous, c'est une hypothèse à vérifier, pouvant expliquer ou fournir des éléments d'explication sur le développement de la prescription entre particuliers, au sein des réseaux sociaux numériques de lecture.

- **Les lecteurs considèrent les professionnels comme des influenceurs**

La convergence technologique a apporté son lot de changements des habitudes sociales, des pratiques commerciales et d'approches de la relation client. Tous les supports et les canaux de communication sont utilisés pour toucher un public de plus en plus nombreux à utiliser internet. Et surtout un public ayant pris l'habitude d'aller systématiquement sur internet pour s'informer, se former ou demander des avis sur tous les sujets ou domaines possibles. Les forums sont nombreux, les plateformes sociales spécialisées foisonnent, les réseaux sociaux numériques font parties de cette catégorie de canaux. Dans le monde du livre, l'apparition des

espaces numériques de discussion, accessibles par tous les lecteurs, les conseils ou commentaires qui en découlent, créent une nouvelle forme de prescription en ligne. Les lecteurs peuvent trouver d'autres lecteurs pour les conseiller, les aider à choisir un livre plutôt qu'un autre par exemple. Les professionnels du livre ainsi tout le domaine de l'édition ayant migré sur internet pour rencontrer les lecteurs, voient la naissance d'une communauté plus ou moins autonome, pas totalement soumise aux prescripteurs empruntant les circuits traditionnels. Le phénomène des influenceurs comme nouvelles « égéries » des marques dans tous les domaines, rend le lecteur un peu plus regardant sur les contenus qu'on lui suggère. Une petite méfiance s'installe d'autant qu'il existe des influenceurs payés et reconnus comme tels, alors que parallèlement d'autres jouent le jeu sans se déclarer comme tels. Ajouté à cela le statut de professionnel appartenant à une maison d'édition, ou d'un critique littéraire potentiellement de connivence avec des réseaux de promotion du livre, le système de prescription par les particuliers se développe. La méfiance vis-à-vis des influenceurs ou vis-à-vis des personnes ayant l'allure d'influenceurs peut encourager le partage d'expériences de lecture au sein des communautés de lecteurs. Ce constat semble expliquer le développement de la prescription. Mais est-ce vraiment le cas ? Nous nous proposons de le considérer comme un postulat de départ, dans la recherche des raisons pouvant davantage clarifier l'origine du développement de la prescription littéraire dans les réseaux sociaux numériques de lecture.

5. Méthodologie

La réalisation de ce mémoire a nécessité d'abord de revisiter la littérature sur les réseaux sociaux numériques dédiés aux lecteurs. Des études ont été publiées sur le sujet et des mémoires également portant sur l'édition de façon générale, ainsi que d'autres sources d'information. Nous allons prendre connaissance de toutes ces sources et de faire ressortir les éléments saillants indispensables à la compréhension des enjeux de la prescription littéraire, dans un premier temps.

La suite du travail a porté sur une enquête qualitative, à travers un questionnaire, sur les réseaux sociaux numériques de lecture. Nous avons interrogé des utilisateurs réguliers, connaissant assez bien le fonctionnement de ces plateformes, pour savoir comment se construit le processus de prescription entre particuliers. L'enquête qualitative nous a semblé meilleure ici, dans la mesure où nous avons cherché à comprendre les comportements des utilisateurs de ces réseaux, leurs pratiques et les différents aspects de l'univers des réseaux occasionnant la prescription entre particuliers.

Nous précisons que les entretiens réalisés sont non directifs. Nous avons construit un questionnaire avec des questions ouvertes, permettant de laisser les participants développer leurs idées, aller au bout de leur argumentation.

Par ailleurs, nous avons eu recours à l'observation participante, en créant des comptes au sein des réseaux sociaux Babelio et Livraddict pour constater les interactions, afin de consolider les résultats issus de l'enquête. L'observation participante est une immersion dans le milieu des participants.

Chapitre 1 : concepts et cadre théorique

I. Définition des concepts clés

1. Notion de prescription

Dans les lignes qui suivent, nous allons d'abord définir les notions de prescription et de prescripteur. Ensuite, nous essayerons de préciser les conditions de la prescription ainsi que les différentes formes de prescription.

Sandra Painbèni a travaillé sur la prescription dans le processus de décision d'achat. À la suite des entretiens avec des experts, elle a proposé cette définition applicable à toutes les industries culturelles : « La prescription culturelle est un ensemble de sources d'informations sur la qualité d'une œuvre culturelle, indépendantes (de l'offre), quantitatives ou qualitatives, descriptives ou évaluatives (sous la forme de jugements positifs ou négatifs) à caractère commercial ou non commercial et personnel ou non personnel, mises à disposition du consommateur »⁴.

Il s'agit d'un acte désintéressé entre un connaisseur et un profane, qui peut porter sur tous les aspects de l'objet à la fois ou sur un seul aspect.

D'après Louis Wiart, Armand Hatchuel, qui a produit des contributions importantes dans les sciences de la gestion, définit la prescription ainsi : « Une relation de prescription existe dès lors que le consommateur se disqualifie comme acteur de ses propres choix et sollicite l'aide extérieure d'un prescripteur »⁵. La prescription existe lorsque les deux parties sont pleinement conscientes de la nature de leurs relations à propos d'un produit donné. Elle se fait « entre deux personnes "disposant d'un différentiel de savoir" »⁶. Le prescripteur est logiquement celui qui se place en situation de connaisseur, d'expert. Il existe trois types de prescription selon Hatchuel.

⁴ Fargeas Eolwen, Prescription littéraire en ligne et politique d'acquisition en médiathèque – Un nouvel outil de sélection ? Page 2 thèse de doctorat 2018

⁵ Louis Wiart, La prescription littéraire sur les réseaux sociaux numériques de lecteurs. Page 30. Thèse de doctorat 2015

⁶ Ducas Sylvie, Pourchet Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », Communication & langages, 2014/1 (N° 179), p. 21-31

2. Différentes formes de prescription

La prescription de fait : « il s'agit d'apporter une connaissance plus grande de la chose ou de la prestation acquise »⁷. En d'autres termes, l'acheteur ne connaît pas le produit et souhaite une aide pour se décider.

La prescription technique : ici le prescripteur intervient dans le processus d'achat et ne se limite plus à donner son avis.

La prescription de jugement : le prescripteur évalue et s'exprime sur sa qualité du produit.

Tableau 2. Les trois formes de prescription selon Armand Hatchuel

Forme de prescription	Type d'incertitude	Objet d'intervention : savoirs portant sur	Mutation de l'acte d'achat
Prescription de fait	Simple ou « de fait »	La chose à acquérir ; un état du monde.	/
Prescription technique	Notionnelle	Les champs d'action, les pratiques possibles.	Processus de délégation et de contrôle
Prescription de jugement	De valeur	La chose à acquérir et son mode d'appréciation.	Délégation de jugement

Source : Thomas Stenger, « La prescription dans le commerce en ligne : proposition d'un cadre conceptuel issu de la vente de vin par Internet », *Revue française du marketing*, 2006, n° 209, p. 75

a) Prescription éditoriale

C'est une prescription faite dans le cadre de l'exercice d'une fonction dans une entreprise. Elle est institutionnalisée chez les acteurs de l'édition et de la communication sur le livre. Les auteurs sont ici sous le contrôle de l'entreprise. Leur production emprunte tous les circuits de vérification avant d'être publiée. Le rédacteur rend alors compte de ses commentaires ou analyses. La prescription éditoriale est surtout le fait des médias. Dans les magazines littéraires, les journalistes pratiquent leur métier comme dans n'importe quelle rédaction, nature de leur métier a priori fondé sur la liberté vis-à-vis des auteurs, livres ou le secteur de l'édition ne les exempte pas de tout contrôle de la hiérarchie qui reçoit les livres à commenter. C'est pourquoi les lecteurs ont parfois tendance à se méfier de la prescription éditoriale par peur de faire les affaires de médias en connivence avec des éditeurs.

b) Prescription professionnelle

Elle est pratiquée par les bibliothèques et les librairies. Elle a accompagné l'histoire de l'édition de façon générale, dans la mesure où ce sont les premiers lieux de lecture, de découverte et de

⁷ Ibid Page 49

rencontre des lecteurs. Les bibliothécaires et les libraires ont, en général, suivi des formations en lettres, ce qui leur donne la légitimité dans le rôle de conseil. Cette prescription n'est pas neutre. Les professionnels se positionnent de façon claire à cet égard et se présentent comme des personnes ayant la légitimité de conseiller la lecture ou l'achat d'un ouvrage. Dans ce sens, cette prescription tranche complètement avec celle des médias spécialisés ou des rubriques spécialisées dans les médias généralistes qui se présentent souvent comme « neutres ».

c) Prescription littéraire, prescription en ligne

Dans le domaine de l'édition, on parle de prescription littéraire, car les échanges, les conseils ou jugements portent sur le livre, sa nature, sa pertinence et son utilité... Tout dépend des attentes de celui qui est en situation de « dépendance » visé à vis du prescripteur. La prescription se déroule dans les mêmes conditions précitées, à la seule différence que c'est l'objet qui change ici. Et lorsqu'elle se déroule sur internet, il s'agit alors de prescription littéraire en ligne. Celle-ci peut avoir des manifestations propres, liées à la nature même des réseaux numériques, en dehors des circuits traditionnels de recommandation. En effet, sur les réseaux numériques, le prescripteur n'est pas forcément sollicité par les membres du groupe. L'action part de lui par ses recommandations, sa bibliothèque virtuelle, ses critiques, ses partages ou citations incitant les autres à vouloir découvrir ou lire. Il appelle ainsi les autres, de façon implicite, à faire comme lui. Toutes ces actions sont mises en avant, grâce aux algorithmes. Louis Wiart préfère parler de « prescription algorithmique » dans la mesure où les algorithmes jouent un rôle important dans ce processus. Ils regroupent tous les publications autour d'un thème ou d'un livre pour les mettre à la disposition de l'ensemble de la communauté. Il s'agit quasiment d'une prescription collective

d) Communautés en ligne

La notion de communauté est polysémique. Elle a différentes significations selon qu'on est dans les domaines politiques, économiques, juridiques, sociaux ou religieux... C'est pourquoi il est fréquent de rencontrer les expressions⁸ telles que « communautés nationales », « communautés linguistiques », « communauté de biens », « communautés d'intérêts », « communauté économique », « communautés religieuses ». Cependant, toutes ses acceptions expriment la même idée de « groupe de personnes ayant un lien en commun »⁹, quel que soit l'objectif visé. Une communauté est constituée de membres conscients de leur appartenance au

⁸ <https://www.cnrtl.fr/definition/Communaut%C3%A9>

⁹ <https://www.cnrtl.fr/etymologie/communaut%C3%A9>

groupe et partageant des principes qui régissent les relations entre membres et entre le groupe et chacun des membres. Au sein d'une communauté les membres échangent, discutent et partagent des avis, des opinions, des normes etc. La communauté est donc le lieu d'interaction.

Transposée dans le domaine digital et d'internet, on parle de communautés en ligne. D'après la définition qu'en donnent Mercanti-Guérin Maria selon Rheingold, [1993], les communautés en lignes « sont des agrégats sociaux qui émergent du Net lorsqu'un nombre suffisant de personnes mènent des discussions publiques assez durables pour former des réseaux interpersonnels dans le cyberspace ». ¹⁰ Cette définition explique bien ce que, dans le cadre de ce mémoire, nous entendons par l'expression « communautés en ligne ». Celle-ci suppose l'existence d'un dispositif informatique tel qu'un site web, un forum, un blog ou tout autre canal de communication digitale pouvant mettre à la disposition de ses utilisateurs les fonctions « partage », « publication », « discussion » ou de toute autre possibilité de diffuser un contenu, portant sur un objet ou pas, destiné à être vu, commenté ou repris par les autres utilisateurs. Facebook est sans doute l'exemple le plus évident. Mais à la différence des communautés de lecteurs, qui nous intéressent dans cette étude, ses utilisateurs ne partagent pas tous les mêmes centres d'intérêt, ne cherchent pas les mêmes informations. Les communautés de lecteurs sont un cadre beaucoup plus restreint et sont spécialisés dans le domaine du livre. Elles partagent les mêmes préoccupations, la même passion.

e) Types de communautés en ligne

Armstrong et Hagel, repris par le Harvard Business Review¹¹, ont publié en 1996 un ouvrage intitulé « The real value of on-line communities », dans lequel ils classent les communautés en lignes selon les centres d'intérêt de leurs membres.

Les communautés d'intérêt : le partage dans un domaine du savoir spécifique est leur première raison d'être. Les membres y adhèrent pour avancer dans un domaine, pour progresser ou bénéficier des connaissances ou compétences des autres membres.

Les communautés de transaction : les échanges tournent autour des biens ou produits. Les membres y cherchent des retours d'expérience avant de procéder par exemple à l'achat d'un

¹⁰ Mercanti-Guérin Maria, « Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ? », *Management & Avenir*, 2010/2 (n° 32), p. 132-153

¹¹ <https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities>

objet, l'objectif étant de se faire une idée claire avant le passage en caisse. C'est l'exemple des forums de discussions portant sur l'immobilier, l'électroménager, les produits de beauté, etc.

Les communautés de relations : c'est l'exemple type de Facebook. Les membres tissent des relations avec d'autres pour rester en contact, élargir leurs réseaux ou se faire de nouveaux amis.

Les communautés virtuelles : c'est l'univers des jeux vidéo, où les membres peuvent se créer des personnages totalement virtuels.

Cette classification permet pour chaque groupe de mettre en place la stratégie ou la politique pour qu'une entreprise puisse rentabiliser sa présence sur le digital (vérifier avec JM Riccio que vous pouvez parler de « sur le digital).

Pour caractériser une communauté en ligne, nous pouvons donc dire que c'est une communauté médiatisée par l'outil informatique. Les échanges qui s'y déroulent sont motivés par la création de valeurs et les membres sont, dès leur inscription, prêts à recevoir ou disposer à aider les autres membres. Les interactions y sont complémentaires.

f) Réseau social et réseau social numérique

Un réseau est « un entrelacement de fils, de lignes, etc. Ensemble de voies, de canalisations, de conducteurs, reliés les uns aux autres (...) Ensemble d'ordinateurs connectés entre eux et reliés à des terminaux. (...) Ensemble de personnes, d'organismes, d'établissements, (...) qui concourent au même but, qui sont en relation pour agir ensemble »¹². Cette définition de Larousse est reprise par Nisrine Zammar dans sa thèse de doctorat. Cette définition recouvre un grand nombre de domaines et concerne aussi bien l'organisation humaine que matérielle. Nous retenons tout de même le terme « relation », qui implique le besoin de communication, l'existence d'acteurs humains ou non humains (réseau physique) pour former un réseau.

Le dictionnaire de la pensée sociologique établit la frontière entre les différents réseaux et indique à quel moment nous devons considérer un réseau comme social. « Une différence est que les réseaux physiques existent en dehors des échanges alors que les réseaux sociaux sont définis par les échanges... les réseaux sociaux lorsqu'ils sont fondés sur des relations durables peuvent être considérés même en dehors des échanges (réseaux de parenté). En sociologie, un

¹² Nisrine Zammar. Réseaux Sociaux numériques : essai de catégorisation et cartographie des controverses. Page 21. Université Rennes 2, 2012

réseau est la structure formée par des contacts, des échanges ou des relations entre des personnes ou des institutions ». Ce sont les interactions humaines qui font le réseau social de façon générale. On peut y ajouter les échanges médiatisés par l'informatique, qui se déroulent sur internet, à travers des canaux organisés à cet effet, communément appelés réseaux sociaux numériques, car ils permettent la création, l'entretien des liens, des contacts avec les amis et de garder un fort degré de familiarité. Les réseaux sociaux numériques sont des intermédiaires. Nous pouvons distinguer plusieurs types de réseaux sociaux numériques.

Les réseaux sociaux professionnels : LinkedIn, Viadeo entre autres sont des lieux de rencontre des travailleurs, des entreprises, réseaux des affaires et du recrutement.

Les réseaux sociaux « transversaux » : les utilisateurs peuvent y construire des relations, trouver des informations sur tous les sujets. Twitter, Facebook et Instagram sont les plus célèbres dans cette catégorie.

Les réseaux sociaux thématiques : regroupent des personnes partageant les mêmes intérêts pour un domaine. Par exemple, les réseaux de lecture. Des passionnés ou amateurs s'y retrouvent pour échanger à propos du livre. On y trouve les acteurs de l'édition et toute l'industrie du livre.

Voici quelques exemples de réseaux sociaux numériques par une multitude qu'on trouve sur internet.

II. Cadre théorique : la théorie de l'acteur réseau

La prescription littéraire entre particuliers dépourvus de toute légitimité n'est pas un fait un nouveau. En revanche, son développement depuis les années 2000 est une réalité indéniable, rendue possible par l'usage massif d'internet et l'apparition de réseaux exclusivement dédiés aux amoureux de la lecture. Le fait nouveau dans ce contexte, c'est le réseau social numérique, à la fois intermédiaire et créateur de liens entre des individus totalement isolés, à travers toute une panoplie de fonctionnalités, d'interface permettant le maintien en continu des échanges. Pour comprendre ce phénomène dans sa complexité, nous faisons appel à la théorie de l'acteur réseau¹³, qui semble plus adaptée à la situation que nous étudions : l'existence d'interaction

¹³ Cette approche se distingue des théories sociologiques classiques parce qu'elle prend en compte dans son analyse, au-delà des humains, les objets (« non-humains ») et les discours. Ces derniers sont également considérés comme des « acteurs ». https://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9orie_de_l%27acteur-r%C3%A9seau

médiatisées par l'outil informatique et l'inversion des rapports de pouvoir entre une masse critique de particuliers et des professionnels de la prescription qui, jusqu'à il y a deux décennies, détenaient le pouvoir de faire et de défaire la réputation d'un ouvrage, par conséquent la lecture de celui-ci. La théorie de l'acteur réseau s'intéresse au processus d'appropriation et d'imposition des dispositifs innovants au sein des groupes humains. La définition qu'en donne un des inventeurs de cette approche, Michel Callon, cadre parfaitement avec notre sujet d'étude : « La théorie de l'acteur-réseau (...) a été élaborée pour étudier les sciences et les techniques et la manière dont elles naissent et se diffusent dans la société »¹⁴.

Callon a utilisé la notion d'acteur-réseau¹⁵ dans un travail consacré à une innovation qui était toujours pleine de promesses mais qui ne parvenait pas à s'imposer dans les années 1970 : le véhicule électrique. Il est arrivé à la conclusion que cet échec était relatif à la résistance du réseau sociotechnique du moteur à essence que les défenseurs des voitures traditionnelles avaient fait construire : routes, stations d'essence, réseau de vente de pièce détachée, assurance, compagnies pétrolières... Toute une économie s'était organisée autour du moteur à essence. Il fallait donc que l'électrique trouve un complexe sociotechnique dans lequel il puisse être acteur, en compagnie d'autres acteurs formant un réseau propice à son développement. Ici le réseau selon John Law « est défini comme une « méta-organisation » rassemblant des humains et des « non-humains lesquels agissent soit comme médiateurs ou intermédiaires les uns avec les autres »¹⁶.

Plutôt que de se focaliser sur l'analyse des phénomènes humains, la théorie de l'acteur, aussi appelée sociologie de l'acteur, élargit son champ d'analyse aux objets et aux discours qui peuplent les interactions ou les occasionnent. Plutôt que de se limiter au contexte de naissance ou du déroulement des pratiques sociales, elle considère la technique, les objets, les artefacts, comme des acteurs à part entière. Pour mieux saisir les phénomènes hors des événements contextuels, historiques et sociaux changeant et pouvant parfois fausser la compréhension d'une pratique liée à une innovation, comme c'est le cas de la prescription littéraire en ligne.

¹⁴ Callon Michel, Ferrary Michel, « Les réseaux sociaux à l'aune de la théorie de l'acteur-réseau », *Sociologies pratiques*, 2006/2 (n° 13), p. 37-44

¹⁵ Ibid

¹⁶ https://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9orie_de_l%27acteur-r%C3%A9seau

Analysons de près le contexte sociotechnique de la prescription en ligne. D'une part, nous avons les utilisateurs, des « acteurs humains » à l'intérieur de réseaux clos, car ils ne sont accessibles que par l'ouverture d'un compte. Les interactions portent sur l'objet du livre sous différentes formes :

- L'utilisateur a la possibilité d'indiquer qu'il apprécie un livre en cliquant sur le bouton « j'aime ». Il peut également apprécier le commentaire d'un autre utilisateur en appuyant sur le même bouton. Une autre façon d'indiquer cela est la rédaction d'un petit commentaire, ou résumé en quelques lignes.
- L'utilisateur peut également commenter les commentaires d'autres membres, aimer des citations ou partager sur d'autres réseaux sociaux un contenu qu'il trouve intéressant.
- Toujours du côté de l'utilisateur, il est possible de créer une bibliothèque virtuelle où sont exposées toutes ses lectures avec toutes ses annotations.

D'autre part, le réseau lui-même et son architecture sont des acteurs non moins importants que les interactions humaines qu'il permet. La possibilité de partager, de voir les commentaires, de créer des discussions avec les membres, d'aimer et même de participer à des groupes discussions thématiques est le résultat de la configuration du réseau social lui-même. Ainsi, chaque élément du réseau, chaque membre et l'action de chaque membre est à la fois acteur et intermédiaire de la prescription. « En effet, si tout élément peut jouer le rôle d'intermédiaire, les liens sont censés se faire aussi bien entre des humains que grâce à des non humains. C'est pourquoi tout élément qui pourrait contribuer à la connexion d'un ensemble d'acteurs est analysé ici comme un acteur »¹⁷. A priori, il apparaît que la prescription se fait à trois niveaux différents, qui participent tous à amplifier le phénomène, que seul le contexte social des interactions ne permettrait pas de déceler.

Premier niveau

Les membres du réseau, sans entrer dans leurs motivations et leur confiance affichée pour les particuliers en général, produisent une masse de données accessibles, visibles. Ils forment une masse critique non négligeable leur conférant le pouvoir d'impacter chacun les choix des autres. Chaque action, aussi infime qu'elle puisse paraître au niveau individuel, devient une partie du

¹⁷ **Lusin** Bagla-Gökalp, « Quelques approches sociologiques de réseaux sociaux », *ASp* [Online], 27-30 | 2000, Online since 28 January 2011, connection on 15 December 2020. URL: <http://journals.openedition.org/asp/2118> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/asp.2118>

pouvoir de la prescription. Le rapport de pouvoir s'inverse alors d'autant plus que nous sommes dans un espace clos, donnant l'impression de grandeur à l'intérieur.

Deuxième niveau

L'architecture des réseaux sociaux exerce une forme de contraintes sur les membres. Elle détermine les formes des rapports qui s'y jouent. Elles obligent les utilisateurs à se conformer à l'intérieur du réseau. Si nous prenons le cas des booktubers et des bookstagrammeurs, on voit que les premiers utilisent la vidéo, les seconds utilise l'image et le textes, deux formats inhérents aux dispositifs techniques d'origine. L'usage est indissociable du dispositif.

Troisième niveau

Les sites web eux-mêmes peuvent être considérés comme les premiers acteurs de la prescription. Dans le sens où ils sont l'interface entre les utilisateurs et le monde de l'édition. Les sites de lecture sont des intermédiaires, des prescripteurs dont le modèle économique est basé sur l'aménagement de l'espace de leur public pour soutenir leur activité économique. En d'autres termes, les sites comme Babelio sont des prescripteurs. Sous cet angle, et les membres de leur réseau et l'architecture de celui sont des acteurs qui permettent au Réseau de jouer son rôle de prescripteur.

Par ailleurs, les réseaux numériques sont des composantes structurelles de l'économie du livre. Ils font partie du marché, de sa régulation et y tiennent une place de choix. La mise en avant de leur contenu, des activités des membres, des groupes de discussions thématiques sont autant d'éléments de mesure des tendances de lecture d'une part et des thèmes et des livres les plus lus d'autre part. Depuis 2019, certains sites à l'image de Babelio organisent des prix littéraires auxquels participent les membres. Cette mise en scène participe ainsi à créer un environnement général de prescription.

Bibliographique

Mercanti-Guérin Maria, « Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ? », *Management & Avenir*, 2010/2 (n° 32), p. 132-153. DOI : 10.3917/mav.032.0132.

Nisrine Zammar. Réseaux Sociaux numériques : essai de catégorisation et cartographie des controverses. Université Rennes 2, 2012

Louis Wiar, La prescription littéraire sur les réseaux siconumériques de lecteurs. Page 237. Thèse de doctorat 2015

Ducas Sylvie, Pourchet Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication & langages*, 2014/1 (N° 179), p. 21-31. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2014-1-page-21.htm>

Lusin Bagla-Gökalp, « Quelques approches sociologiques de réseaux sociaux », *ASp* [Online], 27-30 | 2000, Online since 28 January 2011, connection on 15 December 2020. URL: <http://journals.openedition.org/asp/2118> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/asp.2118>

Thomas Stenger, « Prescription et interactivité dans l'achat en ligne », *Revue française de gestion*, 173, 2007, p. 131-144

Fargeas Eolwen, Prescription littéraire en ligne et politique d'acquisition en médiathèque – Un nouvel outil de sélection ? Page 2 thèse de doctorat 2018

MAHIL, Aziza ; TREMBLAY, Diane-Gabrielle. Théorie de l'acteur-réseau In : Sciences, technologies et sociétés de A à Z [en ligne]. Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2015 (généré le 30 avril 2019). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/pum/4363>>. ISBN : 9782821895621. DOI : 10.4000/books.pum.4363.

Mercanti-Guérin Maria, « Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ? », *Management & Avenir*, 2010/2 (n° 32), p. 132-153

Callon Michel, Ferrary Michel, « Les réseaux sociaux à l'aune de la théorie de l'acteur-réseau », *Sociologies pratiques*, 2006/2 (n° 13), p. 37-44

Lusin Bagla-Gökalp, « Quelques approches sociologiques de réseaux sociaux », *ASp* [Online], 27-30 | 2000, Online since 28 January 2011, connection on 15 December 2020. URL: <http://journals.openedition.org/asp/2118> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/asp.2118>

[COMMUNAUTÉ : Définition de COMMUNAUTÉ \(cnrtl.fr\)](#)

<https://www.cnrtl.fr/etymologie/communaut%C3%A9>

<https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9orie_de_l%27acteur-r%C3%A9seau

https://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9orie_de_l%27acteur-r%C3%A9seau

<http://les-zed.com/qu-est-ce-que-les-reseaux-sociaux/>

<https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9orie_de_l%27acteur-r%C3%A9seau

III. Enquête de terrain

Nous rappelons que l'objectif de ce mémoire est d'essayer de comprendre le développement de la prescription littéraire au sein des réseaux sociaux numériques dédiés aux lecteurs. Nous cherchons à savoir comment se construit le processus de prise de décision ainsi que les éléments qui entrent en compte dans le choix final des communautés au point que les professionnels semblent peu audibles auprès des particuliers.

Pour vérifier nos postulats de départ, nous avons choisi de mener une enquête de terrain qualitative sur les réseaux sociaux numériques de lecture. Le choix de l'étude qualitative répond au souhait de disposer d'assez d'éléments de réponse possibles auprès des publics choisis. Il permet également aux participants de développer leurs réponses.

1. Démarche

a) Questionnaire

Notre questionnaire s'articule autour des aspects évoqués dans les hypothèses. Le premier aspect porte sur l'architecture des sites web, sur leur rôle dans le processus de prescription entre les particuliers. Les questions sont relatives à l'architecture des sites, les possibilités d'interactions entre utilisateurs ainsi que leur impact sur les décisions de lecture prises.

Le deuxième aspect concerne les rapports entre les membres des communautés présentes sur ces réseaux. L'objectif ici consiste à déterminer dans quelle mesure la connaissance, les relations ou les compétences de certains intervenants, sans casquette liée à une quelconque entreprise ou presse professionnelle, peuvent constituer un gage de confiance.

Le troisième volet de notre questionnaire concerne les rapports entre les prescripteurs et les autres membres de ces réseaux, afin de savoir si les seconds accordent davantage du crédit aux recommandations des premiers.

b) Choix des participants

Notre enquête s'adresse à des personnes inscrites sur les réseaux sociaux numériques, ayant une assez bonne connaissance du fonctionnement de ces plateformes de façon générale. Ce sont des utilisateurs actifs, avec une bonne connaissance de l'univers des interactions et des activités pratiquées au sein de ces réseaux. Les participants ont tous créé leur compte il y a au moins deux ans. Ils ont donc eu assez de temps pour consulter leurs comptes et suivre les actualités sur le livre.

Nous sommes allés sur les différents forums de lecteurs pour sélectionner les profils utilisateurs correspondant à nos critères, sans distinction d'origine sociale, d'âge, de sexe ou de profession. L'idée au départ étant d'obtenir le plus de répondants possibles.

La sélection faite, nous avons procédé dans un premier temps par envoi de messages privés, en présentant notre étude et ses objectifs aux personnes choisies. Nous avons ensuite convenu d'un rendez-vous avec les personnes ayant répondu favorablement.

Il y a lieu de préciser qu'en parallèle des entretiens, nous avons envisagé de mener une enquête quantitative à travers les mêmes réseaux, grâce à un questionnaire à remplir par les participants, afin de recouper les réponses obtenues. Malheureusement, nous avons obtenus une trentaine de réponses à ce questionnaire, ce qui est insuffisant pour une bonne analyse des résultats. Cette piste a donc été abandonnée.

Profil des participants

Profession	Réseau de présence	Age
Enseignant	Babelio	56
Correctrice/jury de lecture	Babelio	34
Ingénieure	Livraddict	33
Secrétaire	Babelio	50
Assistance maternelle	Babelio	52
Consultante	Livraddict	30
Etudiante	Babelio/Livraddict/instagram/goodread	24

c) Présentation des réseaux sociaux choisis

Notre enquête a privilégié deux réseaux sociaux numériques très représentatifs des communautés de lecteurs en ligne ; l'un par son caractère précurseur dans ce domaine, l'autre par son étiquette « amateur » ayant prévalu à sa création.

Babelio

C'est le premier site web francophone dédié à la lecture, créé en 2007. Il permet à ses utilisateurs de créer des bibliothèques virtuelles, de partager les commentaires et leurs avis avec les

membres de la communauté. Babelio permet la création d'un profil lecteur virtuel avec toutes informations possibles sur l'utilisateur.

Le site regroupe en majorité des particuliers mais également toutes les personnes intervenant dans la filière de l'édition. De nombreuses chroniques et commentaires y sont publiés, sur tous les thèmes. Le site propose même un système d'étiquetage permettant de trouver facilement un livre. En 2020 il comptabilisait 6,6 millions de visiteurs¹⁸. En 2018, le site a lancé sa version hispanophone.

Livraddict

Plus récent que Babelio, c'est un site de catalogage culturel. Il a été créé en 2012 par des amateurs qui avaient à cœur d'inciter les gens à partager leurs expériences et à échanger sur le livre. Livraddict comporte un catalogue fourni d'ouvrages francophones. Au début, il s'agissait d'un forum de discussions. Mais le site a très vite pris de l'ampleur. Aujourd'hui, il dispose d'une application mobile et regroupe des milliers d'utilisateurs¹⁹. Il présente plusieurs fonctionnalités, au de-là de l'aspect « partager », « discussions » sur les forums et recherche de livre. En effet, il offre à ses utilisateurs la possibilité d'ajouter des « wish list », en renseignant sur leurs profils les ouvrages qu'ils souhaitent lire prochainement. Il y a aussi ce qu'on appelle « PAL », c'est-à-dire Pile à Lire, qui est une liste de livres non encore lus, en possession de l'utilisateur.

2. Méthodologie

a) Méthode l'observation participante

Il s'agit d'« une période d'interactions sociales intenses entre le chercheur et les sujets, dans le milieu de ces derniers. Au cours de cette période, des données sont systématiquement collectées [...]. Les observateurs s'immergent personnellement dans la vie des gens. Ils partagent leurs expériences²⁰ ».

¹⁸ « Les réseaux de lecteurs sur internet : panorama des communautés en France », *Actualitte*, 11 janvier 2021. [Les réseaux de lecteurs sur internet : panorama des communautés en France \(actualitte.com\)](https://www.actualitte.com/actualite/actualite-actualitte.com)

¹⁹ Dernières statistiques publiées par le site : <https://www.livraddict.com/forum/viewtopic.php?id=18411>

²⁰ Lapassade Georges, « Observation participante », dans : Jacqueline Barus-Michel éd., *Vocabulaire de psychosociologie*. Toulouse, Érès, « Hors collection », 2002, p. 375-390. DOI : 10.3917/eres.barus.2002.01.0375. URL : <https://www.cairn.info/vocabulaire-de-psychosociologie--9782749206851-page-375.htm>

Approche issue de l'ethnographie, l'observation participante permet au chercheur d'être au plus près de son milieu d'enquête, en immersion, dans un rôle d'observateur. Premièrement²¹, elle permet d'observer le phénomène étudié dans ses manifestations et ses implications. Dans notre cas, il s'agit de nous inscrire sur les sites Babelio et Livraddict, pour essayer de comprendre comment se fait la prescription, quel rôle des interfaces des sites web ou encore la nature des relations entre les particuliers, qu'est ce qui conduit à la décision finale de lire ou non un livre recommandé par un tiers ou par un prescripteur. Deuxièmement, à partir des observations et constats notés par le chercheur, celui-ci peut alors recouper les informations recueillies afin de faire ressortir les éléments récurrents, les plus saillants.

Cette approche vient en appoint à l'enquête de terrain. Le chercheur dispose ainsi de deux sources d'observation d'un même phénomène, sous deux angles différents, pour renforcer son analyse des résultats.

b) Théorisation ancrée

Quant à l'analyse des résultats, nous nous référons à la démarche de la théorisation ancrée, méthode très répandue ayant fait ses preuves dans l'analyse des résultats d'enquête qualitative. La théorisation ancrée permet d'aller au-delà d'une simple description des données brutes obtenues.

Selon Paillé la théorisation est « à la fois le processus et le résultat, tout en indiquant que le résultat lui-même n'est pas une fin mais plutôt l'état dans lequel se trouve, à un moment donné, une construction théorique donnée [...] Le matériau empirique est à la fois le point de départ de la théorisation, le lieu de la vérification des hypothèses émergentes, et le test ultime de la validité de la construction d'ensemble²² ».

Cette démarche est ancrée dans l'empirisme. Quel que soit son objectif, une étude qui veut comprendre un fait social peut bien s'inspirer de la théorisation ancrée. Le sujet de notre étude se prête parfaitement à cette démarche, dans la mesure où nous cherchons à comprendre le pourquoi d'un phénomène visible et très remarqué, depuis l'apparition des réseaux sociaux numériques destinés à la lecture. Nous ne prétendons nullement produire des résultats définitifs, ce serait contraire à la logique d'internet de façon générale, lieu de tous les changements sociaux, lieu d'accélération du changement à tel point que les résultats trouvés aujourd'hui

²¹ En annexe, cours de méthodologie, M.RICCIO.

²² Paillé, De l'analyse qualitative en général et de l'analyse thématique en particulier. 1996, pp. 184,185.

peuvent se contredire demain. Donc ici, la théorisation nous permet non seulement de comprendre les logiques qui se jouent dans le développement de la prescription littéraire entre les particuliers, de manière à rendre inaudibles les voix des professionnels, mais également à comprendre les motivations derrière ce phénomène.

La théorisation ancrée comprend une démarche en 6 étapes : la codification, la catégorisation, la mise en relation, l'intégration, la modélisation et la théorisation.

Mais « Paillé ouvre la possibilité de ne réaliser que les trois premières opérations qui amènent le chercheur selon l'auteur à un niveau analytique très intéressant, lequel peut suffire à ses objectifs. Il nous semble qu'à ce premier stade, le chercheur a à sa disposition une méthodologie explicite pour catégoriser des contenus²³ ».

Nous allons nous limiter aux trois premières dans l'analyse de nos résultats, car ils suffisent à avoir une bonne compréhension du phénomène étudié.

La codification

C'est une opération de reformulation des résultats obtenus des participants à l'enquête. Le chercheur doit se poser les questions suivantes, pour réussir cette étape cruciale, qui pose déjà les bases de la suite de la démarche. Qu'est-ce qu'il y a ici ? Qu'est-ce que c'est ? De quoi est-il question ? La réponse à ces questions apporte un premier niveau de compréhension. Le chercheur relève et nomme ou thématise les réponses obtenues. « Le chercheur procède donc à une lecture attentive de la transcription de l'entrevue, des notes de terrain, etc., puis tente de qualifier par des mots ou des expressions le propos d'ensemble²⁴ ».

La catégorisation

Elle répond aux questions « de quoi s'agit-il ? Je suis en face de quel phénomène ? ». Dans cette deuxième étape, l'objectif est de placer les réponses ou témoignages obtenus dans un cadre plus grand de façon à déterminer ses propriétés et les conditions qui participent à légitimer sa formulation. Catégoriser, c'est identifier les diverses formes que peuvent prendre le phénomène étudié.

La mise en relation

²³ Méliani choisir l'analyse par théorisation ancrée : illustration des rapports et des limites de la méthode, page 439

²⁴ Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. Cahiers de recherche sociologique, (23), 147–181.

<https://doi.org/10.7202/1002253ar>

Troisième étape de notre analyse à laquelle nous nous limitons, comme son l'indique, met en relation les résultats obtenus lors des premières étapes. En quoi les deux sont liées ? Quels éléments légitiment leur relation.

« Cette troisième étape consiste à se livrer systématiquement à la mise en relation des catégories, à trouver des liens qui ont habituellement déjà commencé à s'imposer d'eux-mêmes lors du travail de consolidation. À nouveau, l'opération s'accomplit à la lumière de questions précises : Ce que j'ai ici est-il lié avec ce que j'ai là ? En quoi et comment est-ce lié ?²⁵». Ce sont des allers-retours entre la codification et la catégorisation. Elle peut être empirique, dynamique ou spéculative. Dans le cadre notre étude, nous optons pour la première voie.

c) Etude sémiologique des sites de lecture

Nous aurons recours à la sémiologie comme moyen d'analyse, toujours dans l'objectif de confronter les résultats à ceux issus de notre immersion et de l'analyse par théorisation ancrée. La sémiologie est une discipline des sciences sociales qui étudie la vie des signes et les ensembles de signification. Les signes étant omniprésents dans notre quotidien, Ferdinand de Saussure, l'un des précurseurs ayant travaillé au cadre théorique de la sémiologie, dans sa définition et ses objets, la définit ainsi : « On peut (...) concevoir une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale ; elle formerait une partie de la psychologie sociale, et par conséquent de la psychologie générale ; nous la nommerons sémiologie (...). Elle nous apprendrait en quoi consistent les signes, quelles lois les régissent. (...) La linguistique n'est qu'une partie de cette science générale, les lois que découvrira la sémiologie seront applicables à la linguistique, et celle-ci se trouvera ainsi rattachée à un domaine bien défini dans l'ensemble des faits humains²⁶ ». Aujourd'hui la sémiologie est un outil mobilisé dans de nombreux domaines de la vie sociale, dans de nombreuses disciplines, soit pour chercher à comprendre le comportement humain devant un phénomène ou étudier les phénomènes dans leur manifestation et leur impact sur notre quotidien. Dans le domaine de la communication et des interactions homme-machine, la sémiologie a l'avantage de pousser plus loin notre compréhension. Quand la publicité s'en sert pour décrypter les codes sociaux et permettre aux équipes marketing de mieux cibler leur public, les créateurs de sites web s'en servent pour mettre en place des outils efficaces porteurs de valeurs et facilitant leur usage. Dans le domaine

²⁵ Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. Cahiers de recherche sociologique, (23), 147–181.
<https://doi.org/10.7202/1002253ar>

²⁶ Ferdinand de Saussure, Cours de linguistique générale 1916, p. 33.

culturel et de l'enseignement notamment, les services de design numérique sont très au fait de l'approche sémiologique, pour mettre en place des interfaces pertinentes. Par interface pertinente, nous entendons des interfaces répondant parfaitement aux besoins d'interactivité, d'efficacité et de simplicité. On crée des interfaces « sociales » dans la mesure où elles sont des lieux d'interaction. Comprendre la logique sémiologique permet alors d'être un concepteur d'intermédiaire, capable de mettre en relation des personnes différentes, de les aider à s'approprier le plus facilement possible une interface, tout en favorisant le côté relationnel.

Chapitre 2 : La lecture et le numérique

Rappelons d'abord ici que l'un de nos postulats de départ repose sur l'idée que l'organisation des interfaces proposées par les sites de lecture, renforçait le pouvoir de la prescription entre particuliers. Une fois connectés, les utilisateurs comprennent spontanément l'objectif derrière les réseaux ; les différents menus ou rubriques participaient d'une façon ou d'une autre au développement des échanges, donc des avis, recommandations ou commentaires autour du livre, rendus publics pour tout le monde.

Dans l'ensemble des entretiens que nous avons réalisés, nous avons retenu deux constats unanimes sur les questions relatives à « l'architecture des sites web de lecteurs » et « aux possibilités d'interactions entre les membres ». Les réponses ont été dans leur majorité affirmatives, courtes et exprimées avec spontanéité.

I. Les réseaux sociaux numériques

1. Perception des interfaces numériques

Toutes les personnes interrogées ont répondu par des phrases ou expressions sans ambiguïté aux questions qui portent d'une part sur l'ergonomie du site web et de l'autre sur les possibilités d'interaction avec les membres du site :

- **Les informations sont-elles facilement accessibles sur ces sites web ?**
- **Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction avec les membres ?**

A la première question, nous avons obtenu un « oui » partout. Les participants ont ajouté qu'ils n'avaient aucun problème à chercher des informations sur des livres, des avis et les activités des autres membres. En clair, l'architecture de réseaux sociaux numériques n'a pas besoin d'être expliquée pour être comprise. La navigation est intuitive, ne demande pas beaucoup de gymnastique pour s'y retrouver. Il faut reconnaître que sur Babelio par exemple chaque compte à l'allure d'une vitrine de magasin en verre, dans un centre commercial. Le visiteur peut à la fois, voir le contenu des étagères et observer de loin ce que fait le marchand. Il peut se limiter à l'observation des produits. Il peut également les toucher du doigt, les inspecter et discuter. A la différence d'un centre commercial, c'est une bibliothèque publique où nous trouvons des étagères, des annotations, des mises en avant, des commentaires fait par un membre. Par exemple, le profil de chaque membre donne toutes les informations possibles que le membre aura mises sur le site. Il y a des informations d'ordre personnel, telles que les coordonnées permettant d'identifier une personne à savoir un nom, prénom, lieu de résidence, âge. D'autres informations sont relatives aux préférences goûts et thèmes de prédilection. D'abord une petite

partie réservée à l'auto-description renseigne sur la personne, la plupart parle de leur rapport à la lecture, de leurs parcours et de leurs expériences littéraires. Ensuite, le profil permet de classer les livres lus avec les commentaires associés à chaque livre. Parfois ce sont des citations ou des extraits ou encore de simples résumés. Chacun y va à sa façon, avec ses moyens. La possibilité donnée aux membres d'établir des listes de livres à lire, est visible sur le profil.

Une des personnes interrogées à ce sujet nous dit ceci : « Sur goodread que j'utilise principalement. Honnêtement, je trouve toutes les informations qui me sont nécessaires à savoir le titre, le nom de l'auteur, la couverture, les revues, les notations. On peut voir sur le côté des recommandations de livres plus ou moins similaires, les différents groupes dans lesquels les lecteurs les ont mis. On peut voir par exemple qu'un livre est classé dans la catégorie romance, dans la représentation sexuelle...Il y a aussi des liens vers les pages Amazon. Le site est facile d'utilisation et très accessible dans le sens où on voit l'information. On n'a pas besoin de parler Anglais pour pouvoir se retrouver. En plus de ça, il y a des livres dans toutes les langues, toutes les éditions. Au bout de quelques minutes sur le site, on peut facilement comprendre. L'application également, beaucoup plus compréhensible et très esthétique ».

Toutes ces informations sont accessibles à chaque membre du site. Tout est public. Ce qui en fait une immense bibliothèque qui contient une multitude de petites bibliothèques publiques. C'est ce qui expliquerait le caractère spontané et ferme des réponses obtenues sur l'aspect ergonomique.

Les réponses unanimes à la question sur la facilité d'accès aux informations et renseignements ne concernent pas que les membres. Le menu de la page d'accueil est clair. A côté du logo, il y a une barre de recherche par auteur, par livre, par thème. Un onglet « découvrir » permet d'avoir un aperçu de tout ce qu'il est possible de voir et de chercher sur le site. Cet onglet propose de trouver des livres, des auteurs, des critiques, des citations, des listes, des quizz, des groupes de lecteurs, des informations sur le prix Babelio entre autres. C'est une autre entrée à côté de la barre de recherche. Un autre onglet « mes livres » permet au membre de trouver en un clic ses lectures alors la partie information sur le profil, en un clic, donne accès soit à la messagerie, aux notifications ou demandes d'amis.

Les réseaux de lecture sont un lieu d'échanges. Ils sont conçus pour permettre aux membres de communiquer entre eux, de parler de leur passion, d'exprimer et de partager leurs expériences. Pour les lecteurs et membres que nous avons rencontrés, il n'est pas besoin d'être fin

connaisseur des réseaux sociaux pour interagir avec les autres : « Tout à fait bien. On peut par exemple commenter les différentes revues, on peut envoyer des messages, on peut partie de certains groupes. Les notifications des gens qui nous ont répondu », a répondu un des participants à l'entretien.

De façon générale, les participants confirment qu'il est possible de commenter, de partager et de suivre les autres membres. Les possibilités existent. Mais la notion d'amitié, comme sur les autres réseaux sociaux, n'est pas mise en avant dans la majorité des réponses. Les liens sont plus liés au centre d'intérêt et des motivations : « Je suis les personnes qui sont dans la même maison d'édition que moi » ou encore « Certains font des commentaires sur mes livres. Je leur réponds ».

En résumé, que ce soit sur Babelio, goodreads et livraddict, les participants à notre enquête affirment que les structures des sites, les arborescences permettent bien de saisir leur objet, en rendant leur exploration ainsi que leur compréhension spontanée.

En prenant un peu de distance dans l'analyse de ce constat sur l'ergonomie ou l'architecture des sites web, toujours en nous en référant à la démarche de la théorisation ancrée, il apparaît un autre regard sur les résultats, permettant d'appréhender davantage « la spontanéité » décrite par les participants. Par spontanéité, il faut entendre le caractère de ce qui se fait à la première vue, au premier contact avec le site, dans le cas de ce mémoire. Les participants valident donc la pertinence de la présentation visuelle constatée. Les différents éléments vus au premier contact sont visuellement évocateurs. Les pages d'accueil des sites, dans leur organisation d'ensemble permettent déjà au nouveau membre familier des réseaux sociaux ou pas, de se retrouver, de comprendre l'univers dans lequel il se trouve. Ensuite, la réponse « facilité » notée concernant la question relative aux interactions, semble indiquer que les possibilités de créer des liens entre les membres sont nombreuses. Communiquer devient simple, car les emplacements des boutons de contact ou point de contact sont visibles et compréhensibles. La possibilité donnée aux membres de voir les livres les plus populaires commentés et annotés par d'autres membres, avec lesquels chaque membre peut entrer en interaction, explique en partie cette facilité et donc la spontanéité dans la création des dialogues, des discussions et groupes de lecteurs.

2. Impact sur les usages

Nous constatons que les sites de lecture sont donc ergonomiques, les expériences des utilisateurs sont bien pensées. Une fois dedans, on est dans un réseau de relations et de liens de sorte que la boucle de relations donne le sentiment d'appartenir à une communauté, au-delà du seul fait de s'y retrouver, confirme l'appartenance à une communauté. Leur ergonomie est le premier pas vers la consolidation des communautés. L'expérience vécue est satisfaisante. Un effort est fait pour que les sites facilitent et maintiennent des relations basées dont le centre est l'objet livre. Tout est public, à la fois accessible par un membre lambda et un membre appartenant à un groupe d'amis.

A partir de ces témoignages, la notion d'affordance des sites web apparaît. Pour comprendre l'affordance, replaçons là dans son contexte. James J Gibson, psychologue américain a initié l'approche écologique de la perception et de l'action totalement nouvelle à l'époque, afin de déterminer les informations essentielles renvoyées par les objets dans leur environnement et sur leur usage. Il centre sa démarche sur la compréhension et l'identification des informations qui permettent nos actions et nos comportements dans un milieu donné, ce qui dans les objets du quotidien indique comment on doit les utiliser. Une nouvelle approche complètement différente des approches cognitivistes d'alors.

Le mot « affordance est un néologisme » qu'il inventa en 1977 dans *The Theory of Affordances*. L'affordance « traduit fidèlement cette faculté de l'homme, et de l'animal en général, à guider ses comportements en percevant ce que l'environnement lui offre en termes de potentialités d'actions²⁷ ».

Plus concrètement, c'est l'objet qui suggère son usage dans ses caractéristiques intrinsèques. L'affordance d'un objet est l'usage que celui-ci suggère à la première vue. La conscience ainsi que l'usage qu'on lui destine sont donc spontanés. Nous en faisons l'expérience dans la vie de tous les jours. Nous réalisons de multiples gestes, de nombreux mouvements dans différentes situations. Nous le faisons spontanément sans réfléchir, ou du moins sans donner l'impression de réfléchir. Ce sont des mouvements justes, au bon endroit, au bon moment. Pourquoi ? Selon la théorie de l'affordance, dès que nous sommes en face d'un objet, celui-ci suggère un usage que nous percevons spontanément. C'est cela l'affordance. Nous avons qu'une chaise peut servir d'échelle, mais ne nous l'utilisons pas pour monter sur le toit d'une maison, nous prenons

²⁷ James J Gibson, *The Theory of Affordances* 1977

plutôt une échelle. Nous pouvons prendre des exemples à foison. Le principe de l'affordance reste le même.

La particularité de l'affordance est qu'elle n'est pas fonction de l'utilisateur, de ses besoins. Elle se trouve dans la capacité de l'objet à suggérer une pratique ou des pratiques.

L'affordance, selon Gibson, est considérée selon deux paramètres. Premièrement, elle nous montre la relation entre notre perception d'un objet et l'action à réaliser avec ce dernier. En clair, dès l'instant qu'une conscience humaine est quelque part, tous les objets susceptibles d'être utilisés sont automatiquement vus d'abord sous l'angle de leur « vrai usage », c'est à dire leur « affordance réelle », l'usage auquel ils sont destinés, même si les multitudes d'usage possibles sont également détectées. En résumé, l'affordance est avant tout affaire de perception avant de parler d'action. Nous évaluons du regard et au toucher les conséquences et les différentes possibilités qui s'offrent à nous. C'est notre perception de l'objet qui guide notre rapport à cet objet.

Deuxièmement, le concept d'affordance met en relation la perception des objets dans leur environnement. Toutes les possibilités d'utilisation d'un objet et l'affordance émergeant de celui-ci dépend également de notre environnement. L'environnement joue un rôle essentiel.

L'affordance est une opportunité d'actions certes, mais son émergence n'est pas un hasard. Celle-ci dépend à la fois des capacités intrinsèques de l'homme et de ses expériences, de son vécu. « L'affordance peut se définir comme une opportunité d'action. Par rapport aux propres dimensions corporelles et par rapport aussi aux buts, aux intentions de l'agent [...] Cette opportunité d'action ne peut être perçue que si l'agent par son expérience, par son exploration, a sélectionné les actions opportunes de celles qui ne le sont pas ou moins²⁸ ». Nous percevons une opportunité d'action, et nous la réalisons en prenant en compte nos capacités.

3. L'affordance en question

La théorie de l'affordance a donné lieu à plusieurs développements. Les chercheurs ayant compris les multiples applications du concept, ont entrepris des travaux sur les affordances de plusieurs environnements. Par exemple, la « montabilité » (*climbability*) des escaliers (Warren, 1984), l'« assoyabilité » des surfaces (Mark, 1987 ; Mark & Vogeleson, 1988), la « passabilité »

²⁸ Luyat Marion, Regia-Corte Tony, « Les affordances : de James Jerome Gibson aux formalisations récentes du concept », *L'Année psychologique*, 2009/2 (Vol. 109), p. 297-332. DOI : 10.4074/S000350330900205X. URL : <https://www.cairn.info/revue-l-annee-psychologique1-2009-2-page-297.htm>

des ouvertures (Warren & Whang, 1987), la « posturabilité » d'une surface (Regia-Corte & Luyat, 2004 ; Regia-Corte, Luyat, Miossec & Darcheville, 2004), le caractère « attrapable » d'un objet (Carello, Groszofsky, Reichel, Solomon, & Turvey, 1989 ; Solomon & Turvey, 1988 ; Solomon, Turvey, & Burton, 1989), la « franchissabilité » des fossés (Burton, 1992 ; Burton, 1994 ; Burton & McGowan, 1997)²⁹ ».

Ce caractère presque universel et sans limite de l'application du concept d'affordance a été d'un grand intérêt pour le monde scientifique. D'autres disciplines telles que la philosophie, l'ergonomie, la psychologie sociale, la neurosciences, les sciences cognitives et la robotique vont s'approprier le concept pour l'appliquer à leur objet d'études. Bien plus, d'autres auteurs se sont même permis d'en proposer d'autres définitions et participer à la l'exploration des usages et applications possibles du concept. Nous n'entrerons pas dans le détail du débat ici, notre intérêt porte plutôt sur les affordances dans le domaine de l'ergonomie et du design de service, deux domaines ayant tous un rapport à la conception et la perception des usages possibles des applications, des réseaux sociaux, des sites web et tout support d'interaction basé sur l'utilisation des outils numériques.

La recherche de l'efficacité des inventions technologiques, des nouvelles applications web et des supports numériques s'inspire largement de la théorie de l'affordance (2, page 2). C'est pourquoi il est intéressant, dans le cadre de cette étude, de s'intéresser au degré d'affordance des réseaux sociaux numériques de lecture. Quelle perception les utilisateurs ont-ils de ses réseaux ? Qu'est-ce que dans l'organisation et la structure facilite le partage, les recommandations et leur recours massif pour des amateurs de lecture, au point de rendre peu audible la voix des professionnels de l'édition ? Quelles représentations se fait le visiteur ? Comment ses sites favorisent-ils les boucles d'actions de partage, de commentaires, de recommandations entre les membres ? Voilà pourquoi nous avons jugé nécessaire de recourir à la théorie de l'affordance pour tenter de comprendre le phénomène de prescription à partir des sites de lecture.

Toute entreprise de conception d'interface, de web design, de création d'application web, de jeux vidéo demande en amont un travail de recherche sur les usages ainsi les habitudes des utilisateurs. Cela relève d'une évidence certes, mais les résultats peuvent parfois décevoir plus

²⁹ Luyat Marion, Regia-Corte Tony, « Les affordances : de James Jerome Gibson aux formalisations récentes du concept », *L'Année psychologique*, 2009/2 (Vol. 109), p. 297-332. DOI : 10.4074/S000350330900205X. URL : <https://www.cairn.info/revue-l-annee-psychologique1-2009-2-page-297.htm>

d'uns. Le recours au test AB pour lors de lancement d'un site ou de la création d'un parcours utilisateurs explique bien ce souci d'efficacité, en ce sens que les outils répondent de façon spontanée aux attentes. Les apports du design numérique, plus largement accélérés par la crise sanitaire actuelle, dans les domaines culturel et universitaire, sont également un exemple assez parlant. Le téléenseignement s'est généralisé, obligeant le personnel enseignant et les étudiants à se connecter via des plateformes dédiées pour suivre les cours et faire les devoirs. Ce changement brusque est toutefois venu avec son cortège de difficultés parfois liées à la nature des relations créées par des dispositifs n'étant pas forcément pensés pour prendre en compte le côté humain des utilisateurs. Les interfaces étant pensées aux préalables pour des situations exceptionnelles dans certaines circonstances se trouvent utilisées comme objets du quotidien. Entre difficultés de réception, d'interactions sociales et paradoxalement, manque de certaines fonctionnalités de nature collaborative, remettant un peu plus le concept d'affordance au centre de la démarche en ergonomie.

Une interface doit être comprise par tous les utilisateurs, abstraction de faite de leur niveau de connaissance du web, de leur expertise ou de leur degré d'appropriation de l'outil utilisé. Voilà tout l'enjeu. Comment arriver à faire fi de son expérience personnelle et produire un système, une application ou une interface capable d'être pertinents pour tout le monde, avec des entrées et des boutons facilement compréhensibles ? C'est pourquoi les UX, le design web et le design de service de façon générale sont toujours à la recherche de pertinence, d'éléments à la fois communs et accessibles pour tout type de public.

II. Analyse sémiologie de deux sites de lecture

1. Babelio

Nos entretiens individuels ont permis certes de comprendre davantage les ressorts du développement de la prescription littéraire dans les réseaux numériques de lecture, mais il serait aussi utile de faire une étude sémiologique des sites Babelio et Livraddict en question. Nous pourrions ensuite consolider les résultats de l'étude, en ce sens que nous serons en mesure de comprendre la logique de navigation et les interprétations possibles des contenus de ces réseaux. Cette étude entre donc dans le cadre de la vérification de nos hypothèses. Est-ce que la logique de navigation intrinsèque à ces réseaux semble bien comprise ? Les utilisateurs ont-ils détourné ou compris autrement certaines fonctionnalités de ces réseaux ? Est-ce que leur logique de

navigation et leur compréhension de ces réseaux entre en phase avec la logique du parcours utilisateurs pensés en amont ?

a) Interface

Dès sa connexion, l'utilisateur accède à une page d'accueil qui donne un aperçu global sur le contenu du site web. On y trouve des actualités littéraires, des livres à la Une, les plus lus et les groupes de discussions et de challenge. Etc. Examinons la page pas à pas.

- **Le menu**

Il est constitué de trois rubriques, d'une partie réservée au profil utilisateur et d'une barre de recherche. Cette dernière indique déjà à l'utilisateur ce qu'il peut chercher, c'est-à-dire des livres, des auteurs et des thèmes particuliers. Positionnée au milieu à côté du logo très visible du site web, la barre de recherche est assez grande et ne peut passer inaperçue. Cet emplacement lui confère une grande visibilité. Le site indique ainsi aux nouveaux venus ou aux curieux, qu'ici on se trouve dans l'univers du livre. C'est aussi une suggestion et un appel « qu'on pourrait qualifier de call to action ». Son emplacement est déjà une suggestion, une invitation à la découverte, par la recherche, donc par l'action de chercher.

A côté de la barre de recherche, il y a un onglet « découvrir », dans la même logique. C'est un onglet avec des sous menus visibles à la pose du curseur. Une liste apparaît énumérant tout le contenu disponible, toutes les activités proposées par le site. Ici, il est possible de découvrir des autres, des livres, des quizz, des critiques etc. Ce sont des activités sur et autour du livre, de l'édition. Rien n'est laissé au hasard. Le membre nouvellement arrivé dispose d'une entrée directe dans toutes les activités autour du livre. Il suffit d'un clic pour accéder à la partie souhaitée. C'est un gain de temps très intéressant, dans la mesure où il n'est pas difficile de comprendre le fonctionnement et de découvrir les activités disponibles. L'onglet découvrir répond bien à son nom. Par exemple, cliquer sur le mot livre permet d'accéder à une page montrant de façon très organisée les différentes actualités sur les livres. Ainsi, il y a les livres les plus populaires dont il est montré un aperçu, avec possibilité de voir un peu plus la liste exhaustive dans cette catégorie. En scrollant vers le bas, l'internaute voit les livres ayant fait l'objet des plus grands nombres de critiques, toujours avec la possibilité d'aller plus loin. Au fur à mesure qu'on descend, des catégories de livres sont présentées de façon à mettre en avant les livres les plus populaires pour chaque genre littéraire. Il faut également ajouter la possibilité d'affiner les recherches des livres populaires selon la semaine ou le mois.

Babelio propose donc principalement trois niveaux de progression : le menu, le sous menu et une dernière page d'information, en mettant à chaque étape plus de détails et d'informations dans la catégorie choisie. On passe du global au détail, un procédé fréquent sur un site web. Nous prenons ici l'exemple de la sous rubrique livre, pour illustrer le fonctionnement du rubricage. Dans cette sous rubrique, hormis les détails des ouvrages présentés, il est donné à voir à l'internaute les livres à paraître, les livres récemment publiés, par la même occasion. Tout est fait pour donner le plus d'informations, le plus de détails sans perdre de vue le côté vision globale ou panoramique de l'ensemble du site web.

Le Menu Découvrir et sa sous rubrique livre sont conçues pour permettre une compréhension facile. Comprendre le fonctionnement d'une sous rubrique revient à comprendre la fonction des autres rubriques similaires, à quelques différences près-

Toujours au niveau du menu, un onglet important à souligner, celui de « mes livres ». Il permet aux membres de ranger les livres lus. C'est la bibliothèque personnelle de l'internaute, qui y ajoute ses livres préférés, ses livres lus. Chaque fois qu'un livre est ajouté, celui-ci apparaît avec les notes, les critiques, les recommandations faites par les autres membres. Cliquer sur un livre ajouté donne à voir les commentaires associés, la possibilité de participer à la discussion et d'entrer en contact avec les autres lecteurs. Le site affiche même les nombres de lectures, de critiques, mentions et citations faits sur chaque livre.

De même l'onglet « mes livres » comporte une sous rubrique « recommandations », celle-ci montre naturellement les livres que l'internaute recommande à la communauté. Cet onglet est presque un duplicata du contenu du profil utilisateur. Ce sont deux entrées différentes pour le même contenu, à la différence que le profil permet d'accéder aux notifications et aux messages des amis ou des internautes membres du site web.

Cet onglet est une bibliothèque complète, comprenant des livres lus, les annotations, des commentaires des autres lecteurs de passage et autres visiteurs. Il permet également de voir les possibilités de lecture ainsi que les « must » plébiscités par la communauté. L'internaute ne peut pas échapper à toutes les informations sur le livre. Le site semble fonctionner entièrement pour donner à l'internaute l'ensemble des informations possibles, mais également l'aider à se décider, par le système des recommandations.

Le reste de la page d'accueil est un peu plus générique, sa logique de fonctionnement demeure plutôt journalistique. La volonté de ratisser large est très présente. Les actualités en pleine page, suivies des ouvrages et auteurs populaires plébiscités par les membres. Les actualités sur les sorties littéraires, des groupes de discussion, le calendrier des sorties littéraires... La page réserve une partie aux auteurs de critiques les plus en vue du moment, ainsi qu'un nuage de mots portant sur l'ensemble des thèmes, genres, noms d'ouvrages. De façon générale, la page d'accueil présente un aperçu global des actualités. Elle fonctionne à la manière d'un journal, une sorte de revue de presse sur le livre et ses acteurs.

De la page d'accueil, nous retenons surtout les nombreux points d'entrées vers les informations essentielles sur les livres, les auteurs, les membres et la vie du livre de façon générale. Le menu ne s'embarrasse pas de beaucoup d'onglets et de sous menus, pour aller à l'essentiel. D'une part, la barre de recherche permet aux membres ayant l'intention de chercher une information spécifique, d'aller droit au but, sans besoin de scroller. Une simple recherche permet de trouver un auteur, un livre, un thème accompagné de l'ensemble des discours, notes, commentaires, échanges et recommandations associés. Pour qui cherche un avis ou pour se rassurer, c'est un gain de temps important. D'autant qu'il n'est pas besoin d'être détenteur d'un compte Babelio pour accéder à ces informations. La barre de recherche permet à la fois aux membres et aux internautes non-membres d'accéder aux mêmes informations sur les ouvrages, avec quelques restrictions pour inciter les seconds à se connecter plus souvent. D'ailleurs, une des personnes que nous avons interviewées a expliqué qu'elle se connecte à Babelio pour voir les discours sur les livres qu'elle choisit de lire, afin de se faire une meilleure idée. C'est un élément important qui non seulement peut attirer mais également fidéliser les détenteurs de comptes passionnés de lecture ou les professionnels désireux de rester proches des lecteurs.

b) Contenu

- **Des groupes de discussion**

Ce sont des groupes thématiques. Chaque membre a la possibilité de créer un groupe, de décider de qui va le voir ou pas. Ces groupes réunissent des passionnés d'un genre ou d'un thème particulier. Quand un groupe est public par exemple, tout le monde peut l'intégrer, participer aux débats et aux échanges. Ces groupes de discussion sont un élément important de la vie de la communauté. Ils regroupent tous les membres autour d'un thème, d'un genre littéraire. Les

échanges peuvent aller jusqu'à une centaine de pages. Des milliers de messages sont échangés. Tout membre qui le souhaite peut créer un groupe discussions et l'ouvrir au public.

- **Des challenges littéraires**

Il y a deux sortes de challenges sur Babelio. D'une part il y a des challenges personnels, ce sont des objectifs personnels des membres en termes de lecture. Les résolutions peuvent être vues et consultées par tout le monde. Cette mise en avant peut encourager les autres membres à se décider car ils voient ce que les autres font et leur avancement dans les challenges. D'autre part, des groupes de lecture proposent des challenges de lecture d'un livre ou d'un thème particulier. Une des personnes interrogées a bien souligné le caractère important de ces défis dans ses choix de lecture ou d'achat de livre en librairie. Dans ces groupes de challenge, les interactions sont nombreuses, entre commentaires, analyses, débats ou simples observations. Tout cela participe à la création d'une boucle d'interactions. Certains groupes de lecture peuvent dépasser 25 pages de discussions.

- **Des mises en avant**

Sur Babelio, les mises à jour des membres est une partie intégrante de la stratégie de promotion et d'encouragement des interactions. Les auteurs des plus grands nombres de commentaires sont mis en avant parfois sur la page d'accueil. Les meilleurs fournisseurs de recommandations sont également visibles. Les membres sont encouragés de façon implicite à s'investir dans la rédaction de critiques, de commentaires, d'annotations de lecture.

- **Masse critique**

C'est l'une des plus grandes réussites de Babelio. En voici une brève description donnée par le site « Tous les mois environ, nous diffusons une liste de livres auxquels vous pouvez postuler à la date d'ouverture de l'opération. Pour participer il vous suffit d'avoir déjà publié des critiques de livres sur Babelio. L'opération est limitée aux envois en France métropolitaine, Belgique, Suisse et Luxembourg pour l'instant. Nous organisons également des opérations 100% québécoises, depuis septembre 2021. Postulez pour autant de livres que vous souhaitez. Vous augmentez vos chances de gagner un livre en postulant à plusieurs titres, mais ne pourrez en recevoir plus d'un. Votre adresse postale et email seront utilisés exclusivement pour vous communiquer les résultats et, le cas échéant, vous envoyer le livre gagné. Vous aurez 30 jours, après réception du livre, pour publier votre critique sur Babelio. Vous pouvez

publier une critique négative, cela n'aura pas d'impact sur votre sélection à une. Les opérations ouvrent à 7h pour permettre au plus grand nombre de postuler, avant de se rendre sur leur lieu de travail. Nous fermons plus tôt les candidatures pour certains titres si la demande est très importante. Cela permet d'orienter les lecteurs vers les livres qu'ils auront une chance de gagner. Nous avons simplement deux exigences, il faut : avoir publié des critiques sur Babelio par le passé : nous souhaitons éviter d'envoyer les livres à des inconnus qui disparaissent sans donner de nouvelles et avoir respecté vos engagements au cours des précédentes opérations : les critiques non rendues ou publiées trop tard nuisent aux relations avec les maisons d'éditions partenaires. A l'inverse si vous n'avez pas reçu le livre d'une précédente opération cela ne pénalisera pas votre participation. Le nombre de demandes : vous aurez moins de chances d'être tiré(e) au sort si le livre est demandé par 500 lecteurs que s'il n'est demandé que par 3 lecteurs. Les opérations ont lieu un mercredi par mois (hors juillet et août), à une date communiquée préalablement sur le site, l'application, la newsletter et par nos réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) ³⁰».

Masse critique est à la fois une tombola géante et un jeu intellectuel réunissant des milliers de participants autour de la production de critiques sur des livres, à la condition d'avoir déjà été auteur de critiques littéraires. Aujourd'hui, c'est presque une marque du site web, qui promeut à la fois le livre et la lecture, mais surtout le regard neutre et désintéressé des participants sur le livre.

La liberté totale accordée aux gagnants de masse critiques est déjà une marque de confiance accordée par la communauté aux personnes désignées. Bien plus, l'utilisation ultérieure de ces notes de lecture sur d'autres supports et sur d'autres canaux de communication permettent à la communauté de trouver un contrat de confiance. Le renforcement de la confiance du lecteur lambda sachant que les notes viennent d'autres particuliers, sans pression sur le contenu qu'ils publient.

- **Prix Babelio**

En 2019, le site a inauguré le prix Babelio. Sur une centaine d'ouvrages, les lecteurs sont appelés à voter et à exprimer leur préférence. Une dizaine de catégories de livres sont concernées. Cette innovation est un franc succès. Lors des deux premières années, les chiffres

³⁰ Tout ce qu'il faut savoir sur Masse Critique

sont allés crescendo, avancent les organisateurs : « Suite au franc succès de cette première édition (6000 participants et 29.000 votes) et de la deuxième, en 2020, malgré la situation (11 500 votants pour 50 000 votes), nous vous présentons la troisième édition du Prix des lecteurs de Babelio »³¹

Le prix Babelio donne la parole aux internautes, aux passionnés de lecture, aux professionnels et à toutes les personnes souhaitant faire savoir leur avis sur les nouvelles parutions, les livres marquants de l'année. Il donne le pouvoir aux lecteurs, à la masse et de façon indifférente. Ici l'avis d'un spécialiste ne vaut pas plus que celui d'un lecteur amateur. La communauté des lecteurs décide, détient le pouvoir et porte sa voix auprès des écrivains et des professionnels de l'édition. Les résultats sont le reflet de la diversité des points de vue des lecteurs, de la majorité qui lit, sans être professionnelle ou experte.

En clair, son attractivité et sa réussite tient à deux facteurs essentiels que nous allons développer dans les lignes qui suivent.

Le pouvoir de la masse : dire que le numérique et le développement d'internet ont permis l'éclatement des frontières dans beaucoup de domaines, relève d'une évidence. Tous les secteurs de la vie quotidienne sont impactés par cette nouvelle donne. La convergence technologique a permis aujourd'hui de regarder la télé, de lire la presse écrite et d'écouter de la musique sur les smartphones. Cette même convergence technologique a permis la migration de l'édition en partie vers le numérique. Aujourd'hui des maisons d'édition voient le jour et fonctionnent exclusivement par internet. Elles publient des livres numériques accessibles par des applications et sur des sites web. Des auteurs peuvent publier leurs ouvrages sans passer par les maisons d'édition traditionnelles, de même qu'il est possible d'emprunter et de lire un livre sans aller à la bibliothèque. Auparavant, il fallait obligatoirement aller dans les clubs de lecteurs, de lire la presse ou d'acheter des revues littéraires pour se tenir au courant des activités littéraires. Le monde de l'édition et l'environnement du livre, en passant par les auteurs, la publication, la communication, les vendeurs, sont l'un des domaines les plus touchés par le phénomène de migration. Tout peut se faire par internet et sur internet.

³¹ Prix Babelio 2021 : 100 livres sélectionnés, 10 lauréats : <https://www.Babelio.com/article/1542/Tout-ce-qui-faut-savoir-sur-Masse-Critique>

Prix Babelio 2021 : 100 livres sélectionnés, 10 lauréats : <https://actualitte.com/article/100345/prix-litteraires/prix-Babelio-2021-100-livres-selectionnes-10-laureats>

Tous ces changements ont eu pour conséquence la redéfinition des rapports de force entre les acteurs en présence dans différents domaines et sur tous les plans : économie, politique, société... L'édition n'y a pas échappé. Les lecteurs ou consommateurs passifs de livre, sous l'injonction de professionnel ou l'avis de la presse spécialisées, peuvent faire pencher la balance sur des sujets parfois très techniques et peu accessibles. Leur force réside dans leur communauté, la masse qu'ils forment telle une vague. Les réseaux sociaux de leur côté amplifient ce phénomène dans la mesure où ils permettent de relayer l'information de communauté en communauté, entre amis, famille, catégorie sociale ou professionnelle. Babelio par exemple n'a rien de différent des autres réseaux sociaux, il a su adapter son ergonomie, son parcours utilisateur à ses objectifs de donner une place privilégiée au lecteur et un accès instantané et intuitif à l'information sur les auteurs, les livres, la connaissance littéraire. En proposant Le Prix Babelio, il renforce davantage le pouvoir des internautes, des lecteurs. Ces derniers forment une masse critique ne pouvant pas rivaliser avec des professionnels ou intermédiaires dont les motivations sont parfois différentes de celle du simple lecteur. Un passionné a envie de lire le ressenti des autres passionnés, leurs remarques objectives et désintéressés sur un livre dont il ne connaît pas l'auteur encore moins la maison d'édition. Tout ce qui l'intéresse est le contenu. Dans ce cas de figure, la masse critique formée par les lecteurs est un rempart pour eux-mêmes d'abord.

La confiance : Le domaine se trouve au milieu des projecteurs à la fois des professionnels et des acteurs sans lesquels l'industrie du livre ne survivrait pas. Nous pouvons donc voir ce prix comme une balance, un équilibre et gage de confiance. En effet, l'avènement des réseaux sociaux a donné naissance à de multiples métiers et activités ayant tendance à suscité la méfiance des internautes et des consommateurs. Le phénomène des influenceurs est le plus marquant. Les influenceurs sont partout et de plus en plus présents dans la vie des communautés de façon visible ou trompeuse. Et ce qui vaut pour les passionnés de gadgets technologiques, vaut pour les lecteurs : comment trouver l'information crédible et efficace avant d'acheter un produit ? Le prix Babelio est une marque de confiance dans la mesure où elle efface à coup sûr les doutes et les suspicions sur les votants, car ces derniers sont issus de différents milieux. En effet, un influenceur est une personne qui intervient dans un domaine donné à travers internet ou les réseaux sociaux, pour donner son avis et ses expériences à une communauté de personnes appelées *followers*.

« En psychologie, l'influence est le processus par lequel une personne fait adopter un point de vue à une autre. L'influence opère une inflexion : celui qui aurait pensé ou agi autrement s'il n'était pas influencé se dirige dans le sens que souhaite l'influent de façon apparemment spontanée³²»

Ils sont des milliers à travers le monde, produisent des contenus sous différents formats et canaux de communication pouvant offrir de la visibilité. Les influenceurs trouvent leur légitimité dans la confiance que leur accordent les followers. Il y en a qui se déclarent comme tels, d'autres le sont par la force de leur intervention et prise de position sur leur domaine de prédilection. Dans le domaine de l'édition, le phénomène des booktubers depuis plusieurs années prend de plus en plus de l'ampleur. Ce sont des passionnés ou amateurs de lecture qui interviennent sur des thèmes différents. Ils disposent de chaînes sur YouTube, où ils partagent leurs découvertes, leurs sentiments de façon désintéressée et subjective. Parmi les personnes que nous avons interrogées, certaines ont des chaînes YouTube de partage de contenus littéraires, sans à priori aucune logique marchande. Mais nous pouvons les considérer comme des influenceurs car leurs avis peuvent compter, participer à la prise de décision de leurs followers.

Sur Instagram, les bookstagramers disposent de comptes à travers lesquels ils partagent leurs expériences. Ce sont des lecteurs avec un goût de l'esthétique prononcé. Leur compte rendu, leurs sentiments sont partagés, avec des photos, des mises en scène de lecture. L'esthétique occupe une place importante dans la communication sur le livre. Les bookstagramers sont des influenceurs, non rémunérés pour certains qui avancent qu'ils sont juste des passionnés de lecture avec une communauté de followers. Le pouvoir de l'image accompagnée du récit ou extrait donne une touche supplémentaire à la présentation des ouvrages.

Ces deux réseaux n'ont pas les mêmes logiques de fonctionnement et d'usage. Ils ont été « détournés » de leurs fonctions premières de partage vidéo ou d'image, pour devenir des moteurs de promotion du livre par des particuliers.

Nous pouvons également citer les bloggers littéraires, très actifs sur internet. Ce sont des initiatives indépendantes de partage de lecture, de réflexion dans un cadre indépendant. Certains

³² Gallic Claire, Marrone Rémy, « Chapitre 19. Le marketing d'influence », dans : , *Le grand livre du marketing digital*. sous la direction de Gallic Claire, Marrone Rémy. Paris, Dunod, « Hors collection », 2020, p. 447-461.
URL : <https://www.cairn.info/---page-447.htm>

blogs organisent des prix et des challenges pour faire vivre l'activité lecture, en mettant en avant le pouvoir de la masse. Les lecteurs occupent une place importante dans l'activité des bloggers littéraires. Nous avons donc d'une part des blogs littéraires des journalistes et critiques littéraires, des maisons d'édition ou de libraires ou de bibliothèque. Et d'autre part des blogs de particulier de plus en plus visibles et capables d'avoir le même impact que les acteurs et les circuits traditionnels de promotion du livre. C'est une forme d'influence qui ne dit pas son nom, même si tous ne le font pas pour être payés en revanche par une maison d'édition.

Auparavant perçus comme de simples canaux de communication personnelle, les blogs sont devenus des sites web, dans le fond et la forme. On y trouve des rubriques bien définies. Les menus sont organisés à la manière des sites web, les parcours utilisateurs sont clairs. Nous pouvons dire qu'ils peuvent être aussi abordables que les sites web. Dans le fond, ils ont une ligne éditoriale, spécialisée dans un domaine, et clairement communiquée aux internautes. Ainsi, tous les genres littéraires sont représentés, tous les thèmes de la littérature également.

Toujours sur le contenu, les blogs publient des chroniques, comme sur Babelio ou Livraddict, en permettant aux internautes d'en faire de même. Nous avons donc un canal, une ligne éditoriale, une communauté de lecteurs, une communauté de chroniqueurs sur l'actualité du livre. Ces chroniques par des particuliers ou par comité choisi sont à priori indépendantes. Les blogs sont à la fois des outils d'information et de communication pour les lecteurs particuliers et pour tous les amateurs de lecture.

Tous ces canaux de communication et d'échanges entre particuliers, à côté des sites spécialisés détenus par des maisons d'édition, sont des façons de donner aux lecteurs des informations neutres, dépourvues de toute logique marchande à priori. Ils participent à l'équilibre en quelque sorte, rendu possible par la nature même d'internet.

Les influenceurs, les initiatives des lecteurs et les bloggers redéfinissent le rapport à la lecture. La vie du livre en prend un grand coup de communication alors que le public dispose désormais de nombreuses sources d'information. Celui-ci est acteur de ses choix. Les réseaux sociaux littéraires, à la différence de ces canaux, sont organisés de sorte que les lecteurs puissent trouver tous les éléments dont ils peuvent avoir besoin : une bibliothèque, des avis, des recommandations, des actualités sur le livre. Ils disposent d'une masse d'informations sur tous les thèmes, bénéficiant à la fois de l'apport des auteurs, des lecteurs, des critiques littéraires et

des professionnels de l'édition. Les prix et les initiatives renforcent cette situation, qui finalement, rend peu audibles les voix traditionnellement détentrice du pouvoir d'orientation.

En résumé, Babelio est un réseau social réunissant des communautés autour du livre, avec pour objectif de fournir le plus d'informations possibles sur les actualités et tous les thèmes possibles. Sa stratégie consiste en une présentation d'une vue à la fois globale et détaillée du site web, de sorte à faire voir à partir de la page d'accueil, les points d'entrées principaux et les contenus des pages internes. La page d'accueil donne déjà un aperçu sur l'ensemble du site web. La barre de recherche et surtout l'onglet « découverte » à eux seuls, du point de vue informationnel, montrent l'essentiel du contenu. Les informations sur les auteurs tous les acteurs et les actualités du monde du livre sont accessibles à trois niveaux :

- Le menu simple et peu rempli : soit rechercher une information, soit découvrir l'ensemble des rubriques et aller directement vers l'information voulue.
- La page d'accueil : en scrollant, l'internaute peut aller directement vers les nouveautés, les groupes de discussions, les actualités littéraires et a la possibilité de voir les thèmes discutés, les auteurs de critiques les plus en vue du moment. En scrollant, l'internaute peut accéder par un clic à une page interne vers laquelle mène également un onglet du menu.
- La page « profil », en plus de donner accès à la messagerie, aux notifications et bibliothèque, permet de voir une partie de sous menus accessibles à partir de la page d'accueil du site web.

c) Regard critique

Babelio est un réseau social pour les lecteurs et le monde d'édition. L'organisation et la structure sont entièrement centrées sur les discussions autour de l'objet livre dans toutes ses formes, sous tous les thèmes. Nous avons déjà souligné plus haut que cela, en plus de des groupes de discussions ainsi que la création de programmes autour du livre, constituait son point fort. En revanche, le côté social du réseau se limite surtout à des discussions qu'on pourrait qualifier de « thématiques », elles portent sur des sujets. Lors de nos entretiens, les participants ont indiqué qu'ils se limitaient aux discussions autour du livre même avec leurs amis, des personnes appartenant à leur réseau de relations. Il faut dire que ce côté relationnel, comme constaté dans les réseaux sociaux les plus connus tels que Facebook,

LinkedIn ou encore Twitter, n'est pas mis en avant sur le site, relégué en second plan par le parcours utilisateur.

Tout d'abord, quand un internaute arrive sur le site le premier élément qu'il constate reste la mise en avant des entrées permettant de trouver des livres, des auteurs, des livres commentés, les sorties littéraires... Les utilisateurs dont les profils apparaissent à l'écran sont des utilisateurs « récompensés » pour leur dynamisme sur le réseau, acquis à force de recommandations, de commentaires. Par exemple, la barre de recherche ne donne pas la possibilité de trouver un membre de la communauté alors qu'une telle possibilité permettrait sans doute à un nouveau venu de chercher facilement des personnes qu'ils pourraient suivre ou avec lesquelles il souhaiterait entrer en contact. Les membres de la communauté sont vus au hasard des commentaires et des notes qu'ils publient sur les livres. Pour inviter les utilisateurs à répondre à notre demande d'entretien, nous avons consulté les groupes de discussions afin de pouvoir les inviter. Par conséquent, pour inviter un utilisateur, il faut voir son pseudonyme sur la page pour pouvoir le faire. Le site permet en revanche d'inviter des personnes extérieures à la communauté, pour les inviter à s'inscrire et à rejoindre la communauté. La prise en compte de cet aspect relationnel consistant à faciliter la recherche d'un membre ou de faire défiler sur les profils utilisateurs les noms des autres membres avec possibilité de les ajouter, aurait été d'une grande importance. Pour renforcer l'aspect communautaire sur le site.

Ensuite, chose importante oubliée ou peu mise en avant par l'expérience utilisateur : la messagerie. Un réseau social reste avant tout, un réseau de relations, d'amis de même goût, de même profession... La messagerie instantanée est un élément important du réseau. Le fait de permettre l'usage intuitif des messages entre utilisateurs, qu'ils soient amis ou pas, facilitent et consolident les relations. La messagerie n'incite pas à la conversation. Plusieurs éléments semblent décourager les utilisateurs :

- Certains messages peuvent déborder de la zone réservée au texte écrit. Nous en avons fait l'expérience lors de nos demandes d'entretien aux utilisateurs, à travers leur messagerie. Le lien de notre questionnaire débordait largement de la zone de texte.
- Pour répondre à un message reçu, il faut sortir de la page consultée pour voir le message et l'expéditeur en question. Quelqu'un qui lit un commentaire, qui entre en conversation avec des utilisateurs sous la partie destinée aux commentaires réservés aux livres, quitte

la page pour lire son message. Quel que soit l'activité, il faut l'interrompre pour lire un message reçu.

2. Livraddict

C'est l'un des réseaux sociaux numériques de lecture les plus célèbres après Babelio, qui a l'avantage d'avoir été lancé plus tôt. Il est fondé par des bénévoles ayant à cœur de partager leur passion pour la lecture. Petit à petit, le site web a connu un franc succès auprès des lecteurs au point de devenir aujourd'hui l'un des plus fréquentés.

a) Interface

Quand un nouveau membre se connecte sur le site web, il est naturellement en contact avec la page d'accueil, qui donne un aperçu général sur l'organisation des contenus. Le premier élément constaté à ce niveau est l'organisation de la page en trois blocs distincts, tous visibles, de façon à indiquer par la présentation des éléments, le rôle de chaque partie. Le menu positionné en haut à gauche, le profil utilisateur avec l'ensemble des éléments d'information à droite, en bas du menu et à droite les actualités.

Quand un internaute n'étant pas membre arrive à la page d'accueil, les trois blocs sont distincts et clairs à propos à l'objectif du site et ses attentes pour les membres : un forum, une bibliothèque virtuelle et un profil. Il voit également à fur et à mesure qu'il scrolle, les actualités littéraires, les publications et les discussions postées par les membres.

Le menu est constitué de 4 onglets

- **Le forum**

Il regroupe des milliers de discussions. Sur une même page, le site propose toutes les informations autour du forum, à commencer par les discussions récentes. Ce sont des challenges, des suivis de lecture, des erreurs à signaler, des mises en avant des chroniques, des discussions thématiques. Dans cette partie discussion, un internaute trouverait sans doute difficile de ne pas cliquer. Toutes les informations, aides ou supports concernant les discussions s'y trouvent.

Le forum propose également un accompagnement des nouveaux inscrits. Le site dispose d'une équipe technique qui vient en aide aux membres en difficultés pour se repérer et participer aux discussions. Ainsi, une présentation du règlement du forum et du site est accessible. Elle vise à mieux présenter les différentes parties et leur organisation de façon claire. Lorsqu'un membre

a des questions à poser, il dispose d'un canal sur la page forum pour communiquer avec l'équipe technique. Le forum invite les nouveaux lecteurs à faire une présentation d'eux-mêmes. Les autres membres peuvent ainsi le voir et commencer à discuter avec lui.

Toujours dans la page d'accueil du forum, un bloc de contenu entier est dédié aux informations sur la gestion de la bibliothèque virtuelle, les challenges organisés, le prix livreaddict et les différents contenus. Dans cette partie, un lecteur trouve toutes les informations.

Par ailleurs, la page Forum présente également des liens de redirections vers :

- Discutons par genre
- Les auteurs
- Book Club & Rencontres
- Autour de la lecture
- Evénements
- Archives
- Statistiques

En résumé, à partir de la page d'accueil du forum même pour un nouvel arrivant, nous avons une cartographie du site web dans la mesure où toutes les parties et les contenus sont représentés. Aucun détail n'est laissé au hasard, de la présentation du fonctionnement aux discussions thématiques, en passant par la mise en place d'une équipe technique chargée de répondre aux questions de la communauté. Nous pouvons dire que la page forum, à elle seule, pouvait faire office de page d'accueil. Elle donne accès à toutes les autres entrées possibles sur le site web, en même temps qu'elle présente la communauté, son organisation et les différents contenus qu'elle publie et discutés. Le forum donne donc une vision globale et pragmatique sur le site web. Chaque lien, chaque information est une entrée pour une autre information et le tout sur une même page facilite grandement la recherche et le repérage. Bien plus, la communauté voit afficher, élément non négligeable, les dernières actualités en cours et les heures des dernières discussions au niveau de chaque élément.

Il faut souligner également la pertinence de l'organisation visuelle de la page. Il faut certes scroller pour voir tous les éléments. Mais les différents blocs de contenus sont clairement visibles et identifiables, organisés comme dans des boîtes. L'organisation laisse peu de place à la confusion.

- **Le profil**

Deuxième onglet du menu. Il se présente comme un profil d'un réseau social classique, en l'occurrence Facebook. La page est divisée en trois parties distinctes. La première à gauche contient des informations personnelles et de lecture sur les membres. En bas de la photo de profil, nous pouvons voir les lectures, les livres en cours, les lectures à venir ainsi que la bibliothèque constituée. Ce sont des liens vers tous les contenus intégrés par l'utilisateur sur son compte à différents endroits. Cette partie permet également de voir les relations avec la communauté, les amis, les abonnements aux différents contenus.

En milieu de la page, le membre peut voir ses différentes publications faites à partir de son profil. La structure est identique à celle de Facebook. Enfin à droite, les informations sur les lectures et autres informations.

Le profil est donc présenté de façon à n'oublier aucune information personnelle. Et sans cliquer, un autre membre peut voir toute l'activité d'un ami ou d'un autre membre du site. A partir du profil, il peut alors aller vers les contenus qui l'intéressent directement. La page a l'avantage de tout montrer une fois affichée.

- **Bibliomania**

L'avant dernier onglet « bibliomania », comme son l'indique est la bibliothèque virtuelle des utilisateurs. En plus de permettre d'ajouter des livres, il donne aux membres la possibilité de partager les chroniques sur des blogs particuliers. Un des participants à notre enquête a mentionné cela comme étant une possibilité permettant une passerelle avec les blogs. Cela aide les bloggers à être actifs sur le site et de montrer leurs activités au niveau des blogs personnels. Le reste de la page insiste plus sur le livre. L'utilisateur a accès aux livres récents, aux livres les plus lus par exemples et les sorties à venir.

A partir de Bibliomania, il est donc possible d'accéder à l'ensemble des contenus sur le livre, les auteurs et les éditeurs.

b) **Le contenu**

Le dernier onglet de menu « Plus » est réservé aux activités et initiatives mises en place pour faire vivre les discussions et la communauté autour du livre. Il y a en premier lieu ce qu'on appelle le « book club », une lecture commune à tous les membres, chaque mois, avec les

modalités de son déroulement. C'est une activité qui fédère les membres et les invite à participer davantage. Le site la décrit ainsi :

« Le Book Club propose chaque mois à tous les membres de Livraddict une discussion sur une lecture commune ! Le choix du thème dans un premier temps et du livre dans un deuxième temps se font à partir du début du mois précédent pour laisser le temps à tout le monde de gérer ses lectures. Les thèmes et les livres sont proposés par les membres et choisis à la suite d'un vote. Lorsque le titre du livre est connu, un nouveau sondage est lancé pour choisir la date du book club. Les membres qui le souhaitent s'inscrivent pour participer à la lecture et à cette discussion qui en découle. Les membres qui ont déjà lu le livre par le passé peuvent malgré tout s'inscrire pour la discussion commune ... Un mois sur deux, se tient également un book club graphique. Les thématiques sont déjà choisies selon le mois (comics, BD adulte, album, BD jeunesse, roman graphique ou manga) ».

Chaque mois la communauté est invitée à participer de façon démocratique sur un livre, le commenter, l'annoter et le partager sur les autres réseaux. Voilà une similitude avec Babelio. Nous sommes également sur une initiative qui vise à affranchir les lecteurs du pouvoir des réseaux professionnels et de leurs contenus, du moins en partie. Dans la mesure où chaque lecteur de la communauté peut donner son avis, participer au vote de façon désintéressée, en se fondant sur son ressenti et son expérience.

C'est le réseau qui fait la force de cette initiative. Les gens sont à la fois receveurs et producteurs de contenus, qui à la fin deviennent une immense source d'information pour les lecteurs et pour toutes les personnes s'intéressant à la lecture.

De même que masse critique, book club exploite le pouvoir de la communauté, en rendant celle-ci indépendante vis-à-vis du livre et de tous acteurs du livre. Ici, les internautes se sentent libres de choisir, fondent leur choix sur leurs aspirations personnelles.

A côté du book club, il y a également le prix LA. La communauté est invitée à voter pour chaque catégorie un lauréat. Tous les gens littéraires sont représentés. Ce prix LA existe depuis 2014 et suscite l'engouement des lecteurs inscrits sur le site. Il s'agit donc d'une façon de faire vivre la lecture, mais aussi de donner la parole aux lecteurs à travers un vote qui s'assure que les gens ne participent pas juste pour participer. Pour voter, il faut avoir lu quelques livres de la liste des nominés, de partager son avis avec la communauté. C'est donc un vote argumenté. Les internautes ont même la possibilité d'encourager les autres à voter pour un livre donné.

Le prix LA et le book club renforcent le sentiment de contrôle de la communauté, celle-ci voit ses envies et ses thèmes préférés mis en avant par le site. Les votants et les participants sont sûrs de voir leurs avis pris en compte. Le même principe est mis en œuvre sur Babelio.

- Renforcer le sentiment d'appartenance et de reconnaissance ;
- Donner aux internautes une masse d'informations venant de tout le monde sans distinction de profession et de métier ;
- Réduire la marge de manœuvre des professionnels qui, finalement, suivent les tendances et obtiennent la possibilité de se réajuster, d'adapter leur production aux envies du moment et de la communauté ;

En clair, Livraddict s'apparente très fortement aux réseaux sociaux généralistes dans sa présentation et les répartitions du contenu proposé, mais en adaptant ce dernier aux besoins des lecteurs. La page d'accueil n'a pas besoin d'être expliquée pour être comprise. Le résumé du profil utilisateurs, le menu ainsi que le reste de la page d'accueil présente une vue globale sur les contenus. C'est intuitif. La présence d'une équipe technique mise en avant pour aider les membres à s'orienter, à voir aller vers la bonne direction, reste un service pouvant convaincre davantage un nouvel arrivant qu'il ne sera pas seul sur le site web. Comme sur Babelio, l'incitation à la lecture et à la découverte n'est pas seulement un slogan, elle est matérialisée par les multiples entrées proposées.

c) Regard critique

Cependant, le côté relationnel entre amis comme sur les réseaux sociaux généralistes ne semble pas être un élément important pour le site. La messagerie personnelle permettant de discuter en privé avec les internautes n'encourage pas les membres. Le côté ergonomique et le caractère intuitif qu'on retrouve sur l'ensemble du site, semblent ne pas être pris en compte. Entre messages reçus et envoyés, on peut vite s'y perdre. La présentation d'une discussion ne permet pas de se retrouver. Par exemple, quand on reçoit un message, notre réponse peut être écrite soit en haut du message reçu ou bas du message. Cela prête à confusion et demande des minutes de concentration et de recherche pour savoir le dernier message reçu d'un autre membre de la communauté.

Bien plus, au lieu de présenter une discussion avec une suite logique des différents messages, le site propose d'une part les messages reçus et de l'autre les messages envoyés. C'est logique

n'est pas celle des réseaux sociaux de façon générale. Elle s'apparente plutôt à la présentation d'une boîte mail d'un site web comme Outlook ou Yahoo.

Nos entretiens ainsi que l'étude sémiologique des réseaux Babelio et livraddict ont fait ressortir au niveau du contenu et de la forme plusieurs enseignements à retenir finalement, pour comprendre davantage ou tenter de comprendre le pouvoir de la prescription littéraire entre particuliers.

Des médias d'influence

Les réseaux numériques de lecteurs, nous le rappelons, sont construits pour permettre aux amateurs de lecture et les professionnels de disposer d'un cadre restreint de discussion sur le livre et la lecture. Les membres de ces réseaux sont soit des amateurs, soit des curieux, soit des gens du monde de l'édition et de ses circuits de distribution, de sa promotion. Lors des entretiens réalisés, il est apparu que les participants donnent beaucoup d'importance au pouvoir du réseau, des recommandations faites par des particuliers sans casquette. Ils font plus confiance au réseau de particuliers « profanes » pour choisir leurs lectures du mois. D'une part ils disposent de groupes de discussions sur tous les thèmes littéraires possibles, des lieux d'échanges, de rencontres et de découvertes. Les groupes rapprochent les passionnés d'un même domaine, des bons connaisseurs ou débutants, un vrai mélange du tout qu'on peut trouver dans des situations de la vie en société. Comme sur une place publique, il y a des profanes, des connaisseurs par expérience. Le fait de mettre en contact des gens d'horizon et culture littéraire différents encouragent les discussions. Les recommandations tirées des discussions dans les groupes de lecture, des challenges littéraires sont une immense source d'information sur des milliers de livres. Toutes les annotations, les commentaires, les critiques partagés constituent un vivier d'information pour à la fois professionnels et particuliers. Le réseau des échanges mis à la disposition d'un nouveau visiteur demeure forcément un motif d'encouragement. Un nouvel arrivant qui cherche un livre ou un avis sur un livre n'a pas besoin de poser la question. Il va directement consulter l'ensemble des échanges, annotations, critiques sur ce livre afin de se faire sa propre idée. Il n'a pas besoin de nécessairement recourir à l'avis d'un professionnel pour choisir. Ce pouvoir, le réseau le confie à la communauté entière.

D'autre part, les prix et challenges lancés permettent de faire vivre le site web. L'engouement autour du prix littéraire de Babelio, de masse critique ou encore le book club de livraddict ont sont une preuve. Ils favorisent l'expression collective par un processus de choix démocratique,

basé sur le nombre, bien que très encadré. La communauté fait et défait la réputation d'un livre, d'un auteur, sanctionne un contenu ou le promeut, sans aucune pression venant de qui que ce soit. Chacun se sent à l'aise dans ses choix et ses positions affirmées. Chaque membre de la communauté se fond dans le groupe. L'hétérogénéité des parcours et des profils des membres vient renforcer finalement une image correcte de la réalité dans la vie sociale. Dans ce vaste mouvement d'échanges, de partages, un professionnel ou un auteur ne peut prétendre à une légitimité au-dessus de la décision du groupe. Ces derniers deviennent des membres « lambda », avec le même pouvoir de décision que les autres membres non nécessairement fins connaisseurs de certains thèmes. Ces échanges se fondent non seulement sur la confiance accordée aux critiques des particuliers mais également sur le poids des critiques dans la multitude de recommandations et d'avis formulés. Lors de nos entretiens, les participants ont dit faire plus confiance aux particuliers qu'aux professionnels. Ils peuvent se suffire des avis des particuliers, de leur point de vue.

Le succès des sites auprès des particuliers repose en partie sur le pouvoir accordé aux membres, la confiance installée par le processus de choix et de mise en avant des avis des recommandations. Il s'explique également par la stratégie par la simplicité des parcours utilisateurs présentés. Des efforts sont consentis pour faciliter les échanges autour du livre. Des efforts sont consentis pour permettre de trouver rapidement une information sur un ouvrage. L'ergonomie y joue donc un rôle très important. Elle est constitutive de ce succès. Sur Livraddict, le fait de mettre un support technique qui vient en aide aux lecteurs, facilement repérable par un nouveau visiteur permet de gagner du temps. Tout incite à la lecture dans un univers fermé.

Toutes ces actions font des réseaux des médias d'influence. Leur création était motivée par le souci de mettre en avant la lecture pour les lecteurs, de permettre à tout le monde de trouver des informations facilement. Cette migration de l'activité de recommandation, transformée par les pratiques des internautes a eu pour conséquence de noyer les professionnels des critiques littéraires dans des communautés de particuliers qui se motivent entre eux et forment désormais un grand réseau d'échanges sur le livre. Si les participants à notre enquête ont indiqué prendre garde des professionnels considérés comme des influenceurs, les réseaux eux-mêmes deviennent des médias d'influence. Grâce aux lecteurs, ils peuvent dicter les temps littéraires et leur tempo aux professionnels et donc la marche du livre. Leur force réside dans le pouvoir

accordé aux lecteurs face aux professionnels. Ce sont des médias à part entière non moins dotés d'influence que les maisons d'édition et toutes les activités de promotion du livre.

Aujourd'hui beaucoup de personnes sont inscrites sur ces réseaux dont le nombre a rapidement augmenté depuis 10 ans. Les lecteurs avertis qui cherchent des bibliothèques virtuelles ou à partager leurs aventures littéraires sur les réseaux numériques. Les personnes désireuses de lire, de découvrir de nouvelles choses vont vers les réseaux numériques également pour avoir plus de choix, plutôt se contenter de regarder les médias spécialisés seulement ou les magazines littéraires. Vu sous cet angle, les réseaux numériques restent des médias puissants. Le renversement de la relation professionnels et particuliers reste leur plus grande réussite, grâce au numérique. Dans les actualités présentées aux lecteurs, il y a des interviews avec des auteurs, des discussions filmées et publiées sur les autres réseaux pour rendre accessibles davantage les voix des particuliers, des auteurs, bref d'une diversité de profils et de professions.

Le site web idéal

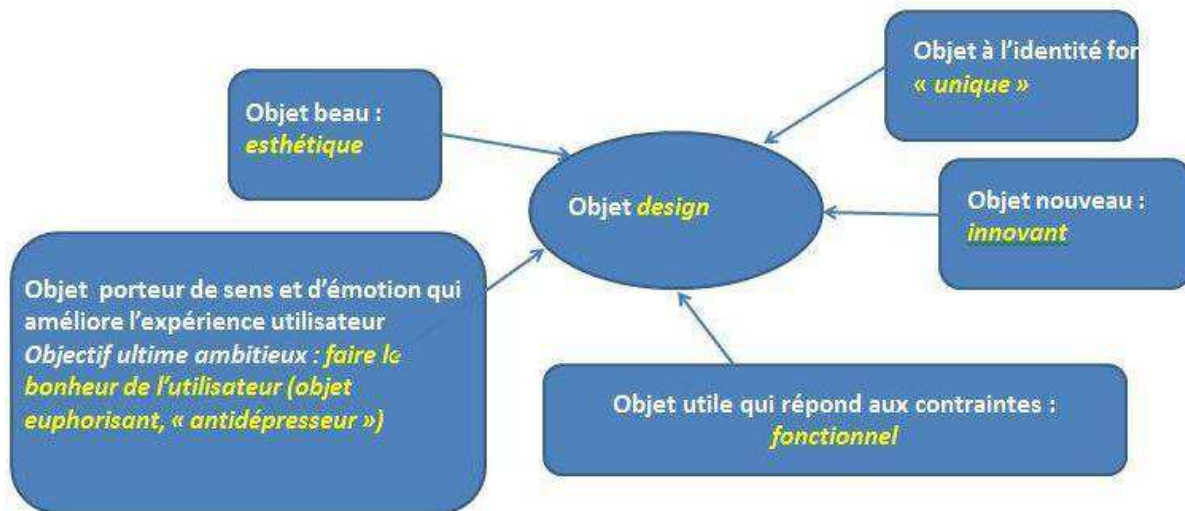
L'exemple des deux réseaux que nous avons analysés nous renseigne beaucoup sur la réflexion sur le parcours d'utilisateurs à présenter aux lecteurs dans ce genre d'initiatives. Les sites web visités peuvent être décrits par quelques mots :

- Simplicité
- Information accessible : plusieurs entrées possibles. A partir de la page d'accueil ou par une barre de recherche sur Babelio. Sur Livraddict, la page d'accueil ou le forum qui regroupe finalement tous les liens vers les pages internes
- Echange faciles : la façon de présenter les avis et les critiques facilite les échanges. Sous chaque livre est accessible la critique associée. Ce qui permet de répondre directement aux autres membres ayant formulé des critiques. Bien plus, la répartition des sujets et des groupes thématiques permettent de trouver facilement des points de discussion.

L'importance du design numérique

Dans nos activités quotidiennes de création de sites web, d'applications, de réseaux sociaux d'entreprise, d'interfaces de formation en ligne ou de simples espaces collaboratifs à distance, nous pensons de plus en plus spontanément aux usages de ces outils. C'est dire que le design numérique a réussi à imprégner toutes les activités de créations voulant mettre l'utilisateur au cœur de sa démarche.

La démarche design amène à considérer l'objet sous différents angles et pas seulement son esthétique



<https://lewebpedagogique.com/technocaousou/2018/05/27/design-et-technologies-numeriques-de-conception/>

L'une des forces du design numérique est qu'il s'inspire de plusieurs domaines, formats. La veille créative permet d'avoir une panoplie d'inspirations, de modèles et d'innovations. C'est un élément essentiel dans le processus de création. C'est un atout majeur, qui exploité dans le cadre de mise en valeur de projets culturels, pourraient largement contribuer à la vulgarisation

L'apport du numérique dans le processus de valorisation est d'autant plus pertinente qu'il permet de présenter efficacement, une œuvre avec des effets esthétiques à même de non seulement favoriser l'accessibilité mais également la compréhension.

La démarche du design numérique est aussi pertinente dans ce contexte particulier de crise sanitaire. En effet, l'impossibilité de déplacement, la fermeture des lieux de rencontres, des centres d'échange culturel oblige tout le monde à redéfinir ses rapports aux autres. Toutes les institutions sont confrontées à cette réalité. Alors le renouvellement de la démarche de conception qu'introduit le design permettrait de décloisonner la culture, l'introduire plus efficacement dans la société grâce des interfaces numériques qui mettent l'utilisateur et ses besoins au cœur des expériences, grâce au numérique.

L'apport du numérique est d'autant plus pertinent qu'il permet de présenter efficacement, une œuvre avec des effets esthétiques à même de non seulement favoriser l'accessibilité mais également la compréhension. Le design numérique ne néglige pas le côté affectif des interfaces, afin de les rendre capables de transmettre des valeurs, des émotions dans le respect des objectifs visés.

Chapitre 3 : Rôle des membres actifs

Nous sommes partis du postulat que le développement de la prescription littéraire entre les particuliers pourrait s'expliquer en partie, par la confiance des uns et des autres dans le niveau de compétence littéraire de la communauté. Vu la thématisation des groupes ou clubs de lecteurs, selon les thèmes de prédilection des membres, nous avons logiquement pensé qu'à l'intérieur de ces petites communautés se rencontraient des personnes très informées dans les groupes auxquels elles appartiennent ou s'inscrivent. En d'autres termes, la spécialisation permettrait à chacun de non seulement suivre ses domaines d'intérêt mais également de participer, l'expérience aidant, à la vie des groupes dont ils connaîtraient bien les thèmes, les enjeux. Dans ce cas précis, cela pourrait laisser penser que la spécialisation regroupe davantage de passionnés expérimentés et capables de formuler des avis lucides, n'ayant rien à envier aux professionnels. D'autant que plusieurs participants sont animateurs de blogs, ou participent à des jurys littéraires. Voilà la logique de départ de notre postulat.

Cependant, les entretiens ont fait ressortir dans l'ensemble que cette hypothèse à elle seule ne peut justifier le pouvoir de la recommandation. D'autres raisons existent selon les participants à nos enquêtes.

1. Réseau social sans relations « sociales »

Dans cette section de notre guide d'entretiens, plusieurs questions ont été posées aux participants, pour déterminer leurs rapports avec les autres membres de la communauté, les personnes dont ils suivent les recommandations. Ce, afin de clarifier leurs rapports et savoir si ces rapports amicaux à priori influencerait leurs choix.

Quels sont vos rapports avec les autres membres de ces sites web ?

Que savez-vous des gens dont vous suivez les avis et les recommandations ?

Les réponses ont été quasiment unanimes concernant ces deux questions, ils déclarent n'avoir aucune idée des auteurs des annotations, critiques, recommandations des livres qu'ils lisent. A priori, ils n'ont aucun lien d'amitié même ceux avec qui ils discutent à travers les pages de commentaires ou à l'intérieur des groupes de lecteurs. Voici quelques extraits :

« Rien, à part leurs lectures et commentaires. Rien. Je considère que Babelio est site sérieux. On retrouve une communauté qui ne parle que de livre. Je ne cherche que l'objet livre, la discussion sur le livre prime sur le livre. Le reste m'importe peu ».

« Personnellement, non je ne les connais pas. Je discute avec certains. Je discute régulièrement du livre. Je ne les ai jamais rencontrés »

Nous sommes en face de personnes appartenant à un réseau social, dédié aux interactions qui commencent souvent par les liens d'amitié, de famille, mais dont les membres négligent l'aspect relationnel au profit des discussions sur le livre. La seule relation qui vaille est celle concernant le livre. Certains participants ont parlé de leurs connaissances personnelles inscrites sur les réseaux, sans insister sur l'effet de leurs liens sur leur choix.

Pour avoir ouvert un compte sur Babelio et livraddict et avoir parcouru les discussions, nous nous sommes vite aperçus que les liens sociaux tels que dictés par les réseaux sociaux comme Facebook n'existent pas. Sur ces réseaux, les membres parlent rarement d'eux-mêmes. Chacune de leur prise de parole se fait par le « je » certes, mais plus pour exprimer une opinion, ou sentiment à propos d'un livre ou d'une actualité littéraire. Dans les forums, les intervenants peuvent même s'interpeler, le spectateur peut avoir l'impression d'assister à une discussion entre amis qui se connaissent. Or, il n'en est rien.

Par ailleurs les recommandations occupent une place de choix dans les décisions de lecture. Nous voulons préciser d'abord que nous entendons par recommandations l'ensemble des annotations, opinions critiques et « mentions » recommandations publiées et partagées par la communauté pour informer les membres de leur sentiment face à tel ou tel livre. Chaque fois qu'un membre de la communauté formule une critique publiée à côté d'autres critiques, nous la considérons comme une recommandation, dans la mesure où chaque note expressément rédigée, même si elle ne porte pas la mention « recommandation », peut influencer le choix d'un lecteur. Les réponses des participants ont mentionné ce caractère multiforme des recommandations.

« Elle est assez importante. J'ai pas mal de livres que j'achète en fonction des avis que je peux voir ou quand je vois régulièrement un livre passé, je regarde si les avis sont positifs ? J'accorde de l'importance aux avis ».

« Un petit peu les avis, je regarde sans lire tous dans les détails. Je n'aime pas quand les critiques racontent le livre. Je regarde la note moyenne, je regarde un petit peu la présentation. Et si ça me tente, je regarde les critiques ».

Dans ces deux extraits, nous constatons l'utilisation des mots « avis » ou « commentaires » parlant de recommandations. Les internautes ne se limitent pas à lire les mentions « recommandations » à propos d'un livre. Ils vont plus loin, en lisant toute ou une partie de la masse d'informations disponible sur un livre donnée, avant de prendre une décision.

L'absence de relations sociales se comprend facilement dans la mesure où les réseaux numériques de lecteurs sont avant tout destinés à un objet : le livre. La raison de leur existence se trouve dans la mise en relation autour de l'objet livre et non autour des autres aspects sociaux de la vie de la communauté. Ce sont des réseaux sociaux thématiques. Ici, ce sont des passionnés ou des amateurs ayant senti le besoin de s'informer, de partager ou encore de participer à des challenges avec des personnes avec lesquelles elles partagent les mêmes centres d'intérêt. Notre étude sémiologique des interfaces de Babelio et de livraddict confirme bien cette réponse des participants à notre enquête. En effet, les éléments les plus mis en valeurs par les sites restent la recherche d'une actualité, d'un livre, d'un thème ou d'un challenge. Les sites web, dans leur construction facilitent plus l'expérience autour du livre que les relations sociales cordiales personnelles entre les membres. Nous avons vu que les messageries de Babelio et de livraddict ont tendance à décourager les interactions entre les membres. Elles ne sont pas intuitives, presque le contraire de ce qui se fait sur les autres réseaux. Sur livraddict, les messages envoyés et reçus se mélangent et pour répondre, il n'y a aucun ordre logique. On pourrait penser que les sites web sont conçus pour éviter que la communauté utilise la messagerie. Ce qui serait tout à fait logique, vu que les messages sont privés, alors que les forums et autres groupes de discussion sont publics, donc visibles à part. Nous pouvons logiquement penser qu'il y a choix un assumé par les réseaux sociaux numériques de lecture

2. Proximité intellectuelle

Notre enquête a révélé que les membres des réseaux sociaux de lecture attachent beaucoup d'importance aux recommandations, c'est-à-dire l'ensemble des commentaires, annotations, avis, critiques et discours sur le livre et la lecture. En développant leurs réponses, les participants ont expliqué que leur proximité intellectuelle avec les auteurs des recommandations était un facteur clé de leur décision de lecture. Quand un membre de la communauté partage son avis sur un livre ou annote un livre, les autres membres des réseaux peuvent y avoir accès, qu'ils soient amis ou pas. Il arrive souvent que certaines personnes dynamiques ou partageant les mêmes groupes de discussions se connaissent et se côtoient dans les mêmes univers. Avec le temps, les uns et les autres apprennent à se connaître. D'ailleurs, à travers les discussions il

y a bien la possibilité de tagger son interlocuteur ainsi que les autres personnes dont on voudrait attirer l'attention sur un sujet. Donc les groupes de discussions, les challenges sont un véritable moyen de reconnaissance des goûts et des envies des uns et des autres, de sorte qu'un membre d'un groupe ou d'un univers thématique puisse bien percevoir sa proximité intellectuelle avec les autres, qui partagent les centres d'intérêts, les mêmes goûts. Alors, il se crée une sorte de liens intuitifs, basés sur l'expérience, pouvant inciter une personne à lire un livre parce qu'un autre qu'elle a identifié comme proche de ses goûts a commenté positivement un livre.

« Je lis en diagonal une grande partie des commentaires, voir les notations, voir ce qui revient. Quand on a des amis, leurs commentaires apparaissent en premier. Et je vais me baser sur les amis en qui j'ai confiance, qui ont les mêmes goûts que moi. Et si ces personnes-là recommandent, en ce moment, je vais tomber dans le panneau ».

« J'ai lu des livres en commun avec la plupart des personnes que je suis sur le site. Je connais leurs goûts et leurs centres d'intérêt. Et la plupart du temps, on a les mêmes avis. Je sais que lorsque certaines n'aiment pas un livre, il y a de fortes chances que je ne l'apprécie pas non plus. Avec le temps, je connais leur goût du point de vue littéraire. Je tiens compte de leurs avis ».

Tout se passe donc à l'intérieur du réseau. Qu'elles soient centrale ou pas dans la décision finale, la recommandation issue d'un pseudo dont le goût et les envies sont connus, demeure le facteur principal dans le choix final. Ce constat semble paradoxal de prime abord, dans la mesure où les lecteurs disent chercher des avis et des commentaires pouvant les aider à se décider. Et parmi la masse d'informations disponibles, ils assujettissent leur choix à l'avis de quelques personnes en particulier, sur la seule base de leur vécu sur le réseau.

Ce constat fait écho au « phénomène d'identification ». Selon Chédotel Frédérique, « Il est possible de parler d'identification d'un individu à un groupe à partir du moment où il se considère comme membre d'un collectif, et lorsque l'identité du groupe social est saillante³³ ». Même sans liens d'amitié apparente, les membres des communautés de lecteurs arrivent à trouver des points communs entre eux, pour orienter leur choix ou leur décision. Pour savoir si un livre me plairait, je me fie au commentaire d'un autre « moi », sur qui je me projette pour

³³ Chédotel Frédérique, « Avoir le sentiment de faire partie d'une équipe : de l'identification à la coopération », *M@n@gement*, 2004/3 (Vol. 7), p. 161-193. DOI : 10.3917/mana.073.0161. URL : <https://www.cairn.info/revue-management-2004-3-page-161.htm>

m'aider dans ma décision finale. Concept largement étudié en psychologie, l'identification désigne « Processus psychologique par lequel un individu A transporté sur un autre B, d'une manière continue plus ou moins durable, les sentiments qu'on éprouve ordinairement pour soi, au point de confondre ce qui arrive à B avec ce qui lui arrive à lui-même³⁴ ».

L'identification d'un membre à un autre, comme facteur déterminant du choix d'un livre, laisse penser que finalement la recherche de recommandations objectives ne motivent pas davantage la communauté. Chacun essaye de trouver son « autre moi », pour s'assurer de son choix. Dans la multitude de notes, de commentaires, d'avis, ils regardent d'abord les commentaires d'un réseau restreint de personnes, avant de se décider. Ils veulent des avis objectifs mais venant des personnes dont ils font confiance, qu'ils ont eu la chance de voir commenter ou annoter des livres. C'est cela qu'il faut retenir en fin de compte. La prescription se développe parce que le réseau met en relation des personnes de différents métiers, réunis par le livre dans un premier temps. En plus de cela, la compartimentation du réseau par des groupes, des clubs, des forums de discussions thématiques permet de réunir des publics aux mêmes goûts, aux mêmes centres d'intérêt. L'avantage était de pouvoir discuter dans un cadre plus ou restreint, à un niveau inférieur sur le site web, offrant la possibilité de parler le même langage avec des personnes différentes. Le processus d'identification commence à ce niveau déjà. La compartimentation permet déjà de segmenter les publics ayant les mêmes caractéristiques, dans les mêmes espaces. Une fois dans ces espaces, les membres peuvent trouver plus facilement des lecteurs encore plus proches de leurs préoccupations. L'identification serait alors la conséquence directe de l'organisation des réseaux. Car s'il n'existait qu'une interface ne permettant pas de réunir des groupes différents, les communautés seraient sur un seul espace, à commenter toutes à la fois. Cela faciliterait certes le travail de recommandation, en revanche, il ne permettrait pas aux uns et aux autres de pousser l'identification plus loin.

L'identification renforce le sentiment de proximité intellectuelle et émotionnelle ici, dans la mesure où le livre ne suscite pas seulement des commentaires « objectifs ». Il y a une grande part de ressenti personnel en filigrane dans les avis et les commentaires. *« L'identification d'un individu à un groupe social (groupe professionnel, groupe d'âge...) signifie qu'il a le sentiment d'appartenir à cette catégorie sociale ou de ne faire qu'un avec elle »*

³⁴ Définition CNRT, <https://www.cnrtl.fr/definition/identification>

Elle renforce également le sentiment d'appartenance à une communauté à deux niveaux : membre d'un site de lecteurs et membres d'un groupe de lecteurs partageant les mêmes centres d'intérêt. Chacun de ses deux niveaux renforce le sentiment d'appartenance, élément principal de l'attachement, facteur de dynamisme au sein du réseau. Se sentir appartenir à une communauté augmente les chances de participation à la vie de la communauté. Les réseaux numériques ont réussi à créer un univers dans lequel l'appartenance et l'identification constitue, à y voir de près, l'élément moteur de la masse de données échangées sous forme de commentaires, d'avis, de notes de lecture, de recommandations etc. Ajoutés à cela les initiatives, les prix des lecteurs ou autres formes de récompenses, la communauté trouve davantage des raisons de rester, participer activement, chacun y trouve son compte. Et surtout, chaque particulier rencontre d'autres particuliers ayant les mêmes centres d'intérêt. Alors plus le réseau est grand, plus les membres sont susceptibles de rencontrer d'autres qui leur ressemblent.

« Du point de vue individuel, le sentiment d'appartenance entretient des attitudes et programme des comportements par lesquels le citoyen s'identifie, établit des préférences, oriente ses motivations, participe à des activités. Tout cela lui donne un sentiment de rattachement, voire d'engagement. Du point de vue de l'action sociale, l'appartenance exige à la fois un minimum d'interactions entre l'individu et le ou les groupes et l'actualisation de normes et de valeurs propres aux groupes »³⁵

Si l'identification favorise la subjectivité, les membres ne cherchent à priori pas un professionnel devant leur dicter les ouvrages à lire. Ils disposent de leur propre réseau de relations pour faire leur choix. Cela réduit davantage la marge des professionnels, ces derniers se trouvent alors en terrain partagé avec des multitudes de particuliers. Un professionnel est censé être neutre, observer une certaine distance avec l'œuvre qu'il commente pour paraître objectif, alors que le réseau casse les limites, en mettant en contact directement les différents publics.

³⁵ Paul Stryckman, "Espace et communication réflexion sur le sentiment d'appartenance", *Communication et organisation* [Online], 1 | 1992, Online since 26 March 2012, connection on 25 October 2021. URL: <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1546>; DOI: <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1546>

3. Puissance du réseau

Dernier point soulevé par les résultats de notre enquête. Si un livre intéresse un membre lambda de la communauté, celui-ci cherche d'abord des informations sur le livre. Il va consulter les données agrégées en dessous du titre de son livre et voir ainsi l'ensemble des discussions échangées entre les lecteurs. Obtenir une vue panoramique sur un livre qu'on n'a pas forcément lu, peut aider à la prise de décision. Le réseau joue donc un rôle important. Chacun y trouve son compte. Certains participants à l'enquête expliquent avoir recours aux recommandations quand il s'agit de choisir un livre à offrir, par exemple. Dans tous les cas, les recommandations sont constantes, étoffées par les efforts de chaque membre de la communauté. La base de données obtenue permet même, au-delà du site web, de montrer sur Google les livres lus, commentés et ayant obtenu l'avis favorable des lecteurs.

A ce niveau c'est l'avis de la majorité qui compte, et non celui de quelques personnes quoique disposant de compétences nécessaires leur donnant la légitimité de recommander des livres. Le pouvoir de la recommandation est avant tout une affaire de nombres. Les particuliers, publics cibles des réseaux sont plus nombreux, logiquement les contenus qu'ils publient devraient supplanter ceux des maisons d'édition, des critiques littéraires professionnels ou des autres intermédiaires du livre.

La puissance des recommandations du réseau fonctionne parce que derrière les interfaces, il y a un important travail de référencement des créateurs des sites web. Comme sur les moteurs de recherche, le référencement permet de trouver des produits rapidement grâce aux mots clés, pour rester visible. Concernant les réseaux des lecteurs, les recommandations se rencontrent à deux niveaux. D'une part, sur les moteurs de recherche, saisir le nom d'un livre pour rediriger vers un réseau social ayant capitalisé un grand nombre d'interactions sur le livre recherché. Ainsi, à partir de Google par exemple, il est déjà possible de savoir la popularité d'un livre à travers les éléments mis en avant pour inciter l'internaute à aller sur un réseau. La concurrence entre les réseaux, devenue une réalité aujourd'hui, en ce qu'ils sont tous des intermédiaires du livre auprès de tous les publics, oblige à actualiser les méthodes de référencement quotidiennement. D'autre part, à l'intérieur, les centres d'intérêt, les expériences de lecture permettent aux algorithmes d'augmenter les chances de recommander le bon livre, ou le meilleur groupe de lecture à un lecteur.

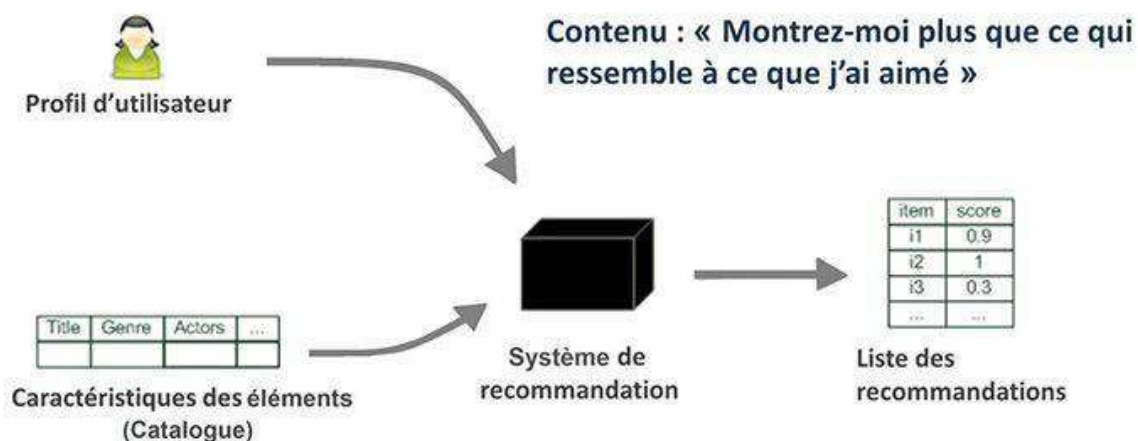


Figure 1 : Un système de recommandation basé sur le contenu (adapté de [JZFF10]).

Pour résumer la situation, la place des recommandations dans les choix demeure un facteur non négligeable. Les participants à notre enquête l'ont souligné. Ces recommandations sont faites sous formes d'avis, de commentaires, de notes et de mentions « recommandations » à destination de la communauté. Ces recommandations en boucles favorisent l'actualisation des données fréquemment pour renforcer davantage le sentiment que l'avis général issu de nombreux participants serait le bon pour choisir son prochain livre. Mais cela n'est que la partie visible de la réalité, car de nombreux outils sont mis en œuvre pour que chaque membre voit les livres pouvant susciter son intérêt en fonction, non pas de ces liens d'amitié à moins qu'il décide de suivre certaines publications, plutôt en fonction de ses goûts, des informations renseignées sur son profil.

Notre enquête a révélé que plusieurs raisons prévalaient au développement de la prescription entre les particuliers. Nous avons au départ évoqué le degré de compétences de certains membres des communautés de lecteurs, favorisant ainsi une sorte de consensus, au point que leur expérience légitime leurs recommandations. Les réseaux numériques réuniraient en leur sein des critiques non reconnus comme professionnels, tout de même capables d'influencer les avis de nombreux lecteurs. Les participants à notre enquête ont abondé dans un autre sens. Sur le terrain, notre hypothèse s'est donc révélée erronée. Le choix final est moins lié aux compétences des autres membres de la communauté, qu'au phénomène d'identification. Les lecteurs choisissent un livre parce qu'il a une bonne note auprès des personnes ayant les mêmes centres d'intérêts qu'eux. La compétence ou la connaissance approfondie d'un domaine

n'impacte pas le choix. Elle n'a donc pas un rôle central. La proximité intellectuelle reste le moteur principal, dans la multitude de recommandations et de données concernant les livres.

Nous avons également constaté que les réseaux numériques sont moins sociaux, à l'image des réseaux sociaux n'étant pas dédié à un objet particulier. Car ils ont été construits pour éviter les discussions privées, au profit des échanges publics, consultables par tout le monde.

Nous retenons de tout cela que les ressorts du pouvoir de la prescription sont moins évidents que le laisse penser nos observations personnelles. Faisons un petit rappel sur les réseaux sociaux numériques, pour mieux comprendre les rapports entre particuliers et comment ils éclipsent les voix des professionnels.

D'abord, les réseaux sociaux numériques ne sont pas des outils pour les professionnels. Ils s'inscrivent dans une logique de vulgarisation, de promotion du livre, en misant non pas sur les professionnels de l'édition, mais sur le public. Par le concours d'internet, les particuliers possèdent un espace accessible à tout type de public passionné de lecture ou pas. Ils peuvent y échanger, parler de leurs passions, des nouveautés. Les réseaux numériques semblent donc ne laisser aucune place aux éditeurs et critiques littéraires. La construction et les parcours utilisateurs proposés renforcent le sentiment que le particulier est roi, ce qui compte ce sont les échanges avec les autres. Ils donnent ainsi le pouvoir à un public cible auparavant habitués à subir les avis, les critiques et les propos des éditeurs sur leurs livres, sans véritables lieux d'expression collective, conçus par les professionnels eux-mêmes. Les réseaux numériques permettent de sortir de ce cadre restreint, de se libérer et de contribuer à la marche de la lecture, sans intermédiaire.

Ensuite, le pouvoir de la masse grandissante de jour en jour n'a pas facilité l'expression ou la visibilité des professionnels. Leur travail d'information est remplacé par une masse de données sur tous les domaines, faite par et pour les lecteurs eux-mêmes. Ces informations sont agrégées, mises à jour de façon à toujours actualiser les recommandations. Le reste se fait les algorithmes. En effet, les algorithmes sont omniprésents dans notre quotidien. Ils permettent de segmenter les publics, d'affiner les recherches mais surtout ils ont un pouvoir immense d'incitation à l'action, à la recommandation, c'est le cas du sujet nous concernant. Lorsqu'un lecteur cherche un livre, toutes les personnes ayant lu ce livre ou l'ayant annoté sont indiquées à côté. Il se passe la même chose sur Google, lorsqu'un internaute cherche un produit. Des commentaires apparaissent sur le produit en question, ou les notes attribuées par les consommateurs. Chaque

nouveau commentaire alimente la base de données permettant d'aider le choix des nouveaux venus. Les sites numériques de lecteurs fonctionnent ainsi. Bien plus, les actualités et les centres d'intérêts similaires peuvent être présentés.

Sous un autre angle, les réseaux sociaux numériques, dans leur ensemble se positionnent en tant qu'intermédiaires aujourd'hui, entre les lecteurs et les auteurs, les éditeurs. Les données publiées et partagées par les communautés constituent la ressource principale de cette médiation. D'où leur importance comme acteurs incontournables dans la vie du livre, le débat littéraire.

Chapitre 4 : Perception des professionnels

Nous voici arrivés au niveau de notre troisième hypothèse émise au tout début de notre travail. Nous avons avancé l'idée que le développement de la prescription littéraire entre les particuliers au sein des réseaux sociaux numériques de lecture était le résultat d'une méfiance envers les professionnels. Ces derniers seraient considérés comme proches des maisons d'éditions, des auteurs, et le développement du phénomène des influenceurs n'ont pas arrangé la situation. En effet, le phénomène des influenceurs est une réalité à notre époque, rendu très visible par internet, de sorte qu'il est parfois difficile de distinguer un avis neutre, d'un avis pour promouvoir une marque, un produit. D'où notre postulat de départ sur la neutralité des professionnels de l'édition aux yeux du public.

1. Critères des lecteurs

Dans le troisième volet de notre enquête, les questions portent justement sur les rapports entre le public et les professionnels d'une part, et le regard des premiers sur la position des seconds de façon générale sur les réseaux sociaux numériques de lecture.

Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Les réponses obtenues peuvent être classées en deux catégories. Pour une partie des répondants, il n'y a aucune différence entre les avis des professionnels et ceux des particuliers, dans leur motivation de lecture. Ils sont plutôt indifférents. Pour d'autres en revanche, leurs avis sont biaisés.

« Un peu des deux. J'aime avoir autant d'avis pros que je personnes lambda. Je dirais du 50/50. Je veux d'abord voir les avis et critiques pour me faire ma propre opinion, avant d'acheter un livre ou de me le faire offrir »

« Non. Je ne me fie pas du tout aux recommandations professionnelles. Je fais plus confiance aux lecteurs. Les professionnels sont plus axés ventes, communication, publicité tandis que moi mes amis, les lecteurs sont plus axés sentiments, ressentis et critiques. Là ce sera plus objectifs d'avoir la revue d'un lecteur plutôt que celle d'un vendeur ».

Voilà des extraits représentatifs de l'opinion générale. Donc au mieux, ils ne suscitent pas beaucoup d'intérêt. Nous pouvons dire que les lecteurs sont indifférents. Qu'une

recommandation vienne d'un lecteur ou d'un critique littéraire, cela ne détermine pas en premier le choix d'un livre à lire.

Premièrement, les membres des communautés en ligne sont conscients qu'il y a parmi eux des professionnels déclarés ou non, dont les avis sur d'autres canaux feraient office d'avis d'expert. En revanche, ils ne sont pas pourtant automatiquement convaincus par les avis experts, ou venant de maisons d'édition. Le réseau des particuliers semble donc avoir plus d'impact sur les choix finaux. Par réseaux des particuliers, nous évoquons l'ensemble des personnes présentes, de diverses origines, qui donnent leurs avis et font des commentaires personnels, à partir de leur expérience ou vécu, à l'endroit des autres. Ceux-là représentent la majorité des membres. Ce sont des lecteurs, passionnés de culture générale, ou de certains thèmes littéraires en particulier. Leurs mots comptent tout autant que ceux des gens catégorisés « professionnels du livre », dont les avis sont traditionnellement pris en compte, en premier, notamment avec l'arrivée et le bouleversement des rapports à la lecture, par internet et les réseaux sociaux numériques de lecture. Aujourd'hui, les particuliers peuvent former un réseau, que ce soit par des blogs ou de plus petits espaces de discussion numériques, pour parler du livre, exprimer leur ressenti vis-à-vis de l'actualité littéraire, sans être affiliés à une quelconque entreprise d'édition, de magazine spécialisé. Ce phénomène s'est développé en même temps que celui des Booktubers ou Bookstagramers, lancé par des particuliers ayant pris les devants, en termes de recommandations et de suggestion de lecture. Au sein des réseaux numériques, les membres jouent les mêmes rôles que les blogs et les autres canaux. La force du canal et le succès résident dans la parole très audible de la masse, des milliers de particuliers, qui, pris individuellement ne feraient pas le poids, face à des professionnels. Ajoutés à cela la visibilité que donnent les algorithmes au système de recommandation, par la mise en avant permanente des avis, notes attribuées aux livres, la mise en avant des auteurs de critiques le plus prolifiques, les communautés de lecteurs se trouvent face une importante source d'information. Cela participe à noyer d'abord les professionnels présents, ensuite à contrebalancer leurs avis. Nous rappelons ici que les réponses obtenues ne nient pas la valeur des avis des professionnels, leur qualité mais pensent que finalement, il faut diversifier les sources d'informations. Et parmi ces sources d'informations, il est possible d'avoir des informations plus parlantes. Car un particulier qui exprime son avis a tendance à plus faire ressortir le côté émotif, le côté personnel, sans se mettre à la pace des autres. Il s'exprime pour lui-même et le fait savoir aux autres.

En clair sur la question de la primauté des avis des professionnels ou des lecteurs, les répondants affirment qu'ils restent indifférents. Ils ne posent pas ces critères de qualité. Par conséquent, l'avis du critique littéraire sur les réseaux sociaux numériques de lecteur peut ne pas forcément être considéré plus que celui d'un lecteur particulier.

2. Professionnels face aux lecteurs

Une seconde question a été posée aux participants. Ils ont été invités à exprimer leur opinion sur les professionnels l'édition.

Que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'édition ?

Deux tendances se dégagent à travers les résultats des entretiens. La première indique que les lecteurs sont plus ou moins indifférents sur l'activité des professionnels présents sur les réseaux sociaux numériques de lecture. Les propos de ces derniers n'auraient à priori pas d'impact sur le garde des lecteurs sur un sujet donné, sur un ouvrage donné. Les réponses obtenues à ce niveau ne sont pas développées, malgré nos relances pour demander des explications. Les répondants ont seulement répondu par de courtes phrases du genre :

« Rien. Ce sont des membres comme les autres »

« Ils font leur boulot. S'ils nous donnent des infos sur un livre, je suis contente, mais pour leurs avis on a chacun ses goûts. Pour moi, ce sont des lecteurs comme les autres »

A travers ces extraits, il apparaît que sur les communautés des lecteurs en ligne, les recommandations se valent. Elles sont accueillies sans aucune autre considération par les membres. Ces derniers ne se focalisent pas sur les auteurs, mais cherchent des recommandations, selon leur vécu et leurs goûts. Cette réponse fait échos aux répondants ayant affirmé qu'ils choisissent leurs lectures, en donnant la primauté aux avis des personnes ayant les mêmes goûts ou centres d'intérêt.

Nous pouvons logiquement déduire de ce constat que la seule présence des professionnels ne pèse pas chez les lecteurs. Elle ne fait pas partie des critères de sélection des livres. Cela illustre assez bien une évidence apparue avec internet : le pouvoir des consommateurs dans les forums résiste fortement aux circuits de communication traditionnellement utilisés par les entreprises. C'est un fait. Dans le monde de l'édition, c'est encore plus flagrant. Les lecteurs arrivent à créer des liens entre eux d'une part, fondés sur les centres d'intérêts. D'autres parts, les avis, annotations ou commentaires disponibles donnent accès à un plus grand nombre de contenus.

La multitude d'avis couplée à l'effet du nombre fait pencher le rapport de force en faveur des milliers de lecteurs particuliers présents sur les réseaux de lecteurs. Cela expliquerait finalement les réponses brèves d'une partie des personnes ayant participé aux entretiens individuels.

La seconde tendance affirme sans détour sa méfiance vis-à-vis des professionnels de l'édition. Les participants sont réticents à l'idée que ces derniers sont neutres, du moment qu'ils travaillent avec les éditeurs ou avec d'autres intermédiaires impliqués dans la vente des livres.

« En général, je les trouve trop positifs. Ils recommandent forcément positivement. Mais c'est vrai que les recommandations des professionnels sont plus claires. Je leur fais confiance autant que les autres membres »

« Les professionnels vendent. Ils ne vont pas publier des avis négatifs. Ils sont donc des vendeurs ».

Les professionnels seraient ni plus moins des vendeurs, car ils sont subjectifs. Les lecteurs sont donc méfiants, restent sur leur garde. Le rapprochement avec les éditeurs, que les particuliers craignent, en est le principal facteur. Alors que sur les réseaux numériques, des milliers de personnes d'apparence neutre, sans aucun lien avec le monde des professionnels, donnent leurs avis gratuitement, pour contribuer aux débats littéraires.

En résumé le portrait des réponses sur la question des rapports professionnels et les particuliers fait ressortir plusieurs enseignements. D'abord, entre l'avis d'un professionnel et celui d'un lecteur lambda, la neutralité est de mise. Ni le statut du premier ni celui du second ne détermine la décision finale. Ensuite, selon les personnes interrogées les professionnels sont au mieux comme tous les membres des sites de lecture, c'est-à-dire des utilisateurs anonymes ne bénéficiant pas de préjugés favorables devant le choix d'un ouvrage à lire. Au pire, ils sont considérés comme des relais de communication.

3. Stratégie des réseaux numériques

A partir de toutes ces réponses, apparaît la question de la subjectivité des professionnels de l'édition. La prise de pouvoir des lecteurs dans le processus de recommandations serait liée à la subjectivité des critiques formulées par des personnes en lien avec les acteurs du livre. Les réseaux numériques s'imposent comme un outil de libération des lecteurs. Sur internet et dans les réseaux sociaux, le lecteur peut chercher par lui-même des informations sur son thème de prédilection. Il rencontre d'autres lecteurs à qui il peut s'identifier, car ils ont les mêmes

préoccupations. L'objet livre les réunit dans un canal de communication permettant de trouver des milliers de sources d'information. Cette libération possible par la seule possibilité de connexion tranche avec le monde d'avant. En effet, avant la convergence technologique, l'apparition d'internet ou même avant l'arrivée des réseaux sociaux numériques ou les plateformes de mises en relation, les consommateurs du livre et ceux des autres domaines, avaient des circuits d'information sur lesquels ils n'avaient pas de beaucoup de pouvoir. Nous en voulons pour preuve, les cafés littéraires, les salons organisés par les éditeurs, les rencontres organisées par les libraires ou autres magazines de la presse spécialisées. Tous ces événements ou support de communication étaient n'étaient pas contrôlés par les lecteurs. Lorsque ces derniers voulaient des informations, il fallait aller vers les professionnels. Tout cela relève presque d'une autre époque grâce aux réseaux sociaux numériques et plateformes de mises en relation où on trouve des informations en tout genre. Aujourd'hui le lecteur se sent libéré de ce parcours caduc pour aller à la rencontre d'autres lecteurs, dans un univers où tous les passionnés, professionnels, amateurs se rencontrent. Le lecteur dispose d'un canal propre à lui pour s'exprimer. En fin de compte, les réseaux sociaux ont juste donné plus de choix aux lecteurs, qui ont fini par oublier petit à petit les statuts des professionnels présents à leurs côtés.

Un réseau social est avant tout un réseau de relations sociales, basé sur les interactions et l'adhésion volontaire des membres qui y trouvent une forme de communication au-delà des contraintes spatio-temporelles. En permettant aux lecteurs de se voir, d'échanger et de confronter directement leurs avis sur un réseau fermé et dédié, les sites de lecture semblent de fait exclure la possibilité de donner de la voix aux professionnels de l'édition, aux intermédiaires et à toute la chaîne promotion. Ils sont une sorte d'échappatoire. Par le seul fait des relations qu'ils encouragent, créent un univers parallèle autour du monde de l'édition.

Nous avons d'une part des producteurs de contenus et d'autre part des canaux de vulgarisation du livre, indépendants des éditeurs. Il faut dire que la conséquence des réseaux sociaux sur tous les domaines de la vie, a largement été documentée. Sur le thème qui nous intéresse les mêmes constats sont relevés par bon nombre d'études, précisant que la possibilité donnée aux lecteurs de pouvoir s'exprimer, de les contenir sur un marché parallèle et de les soustraire aux influences des réseaux traditionnels de communication, en créant des sites web dédiés, n'est pas fortuite. Selon Louis Wiart, les intermédiaires que sont les sites web ont une stratégie basée sur l'audience à monnayer. Ce qui explique le développement des communautés et la mise en avant

des échanges autour du livre. Dans l'étude conduite auprès des principaux sites de lecture, il arrive à la conclusion suivante :

« Derrière les discours tenus par les responsables de start-up se dégage donc un profil d'entreprise caractérisé par une proposition de recueil de la valeur centrée sur la problématique de l'audience : « Nous, on est là pour gagner de l'audience et à un moment trouver un modèle économique vertueux qui sera fondé dessus [...]. Un site qui fait de l'audience, à un moment ou à un autre, tu arrives à t'en sortir », SensCritique. « Sur ce manche-là, il y a une énorme prime au premier entrant en raison des effets de réseau. [...] C'est un cercle vertueux pour nous. [...] Le nombre de visiteurs uniques par mois est pour nous la vraie valeur publicitaire », Babelio. « On est beaucoup consulté et, forcément, ça rejaillit sur les moteurs de recherche. [...] Pour l'instant, on a une marge assez confortable. Tout ça repose sur la fréquentation des personnes », BDGest »³⁶.

Le développement des communautés de lecteurs en ligne repose sur un modèle économique basé sur l'audience. L'objectif est d'attirer et de contenir les communautés, d'abord par la construction de sites web favorisant les mises en relations, ensuite par la création d'activités au sein des communautés pour les occuper. En effet, nous avons vu précédemment que les répondants à notre enquête ont reconnu que les sites de lecture dans leur majorité répondent aux besoins des parcours utilisateurs. Les interfaces sont construites de sorte à proposer plusieurs entrées possibles pour accéder à une page par exemple. Cela se traduit par mise en place de menus très réduits, permettant d'aller à l'essentiel. Les forums de discussions sont accessibles à partir de toutes les pages ou presque, car ce sont les lieux de rencontre importants pour retenir les communautés.

36 Wiart, L. 2017. Chapitre 2. Le marché de la prescription littéraire en réseaux. In *La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l'univers numérique*. Villeurbanne : Presses de l'enssib. doi :10.4000/books.pressesenssib.7480

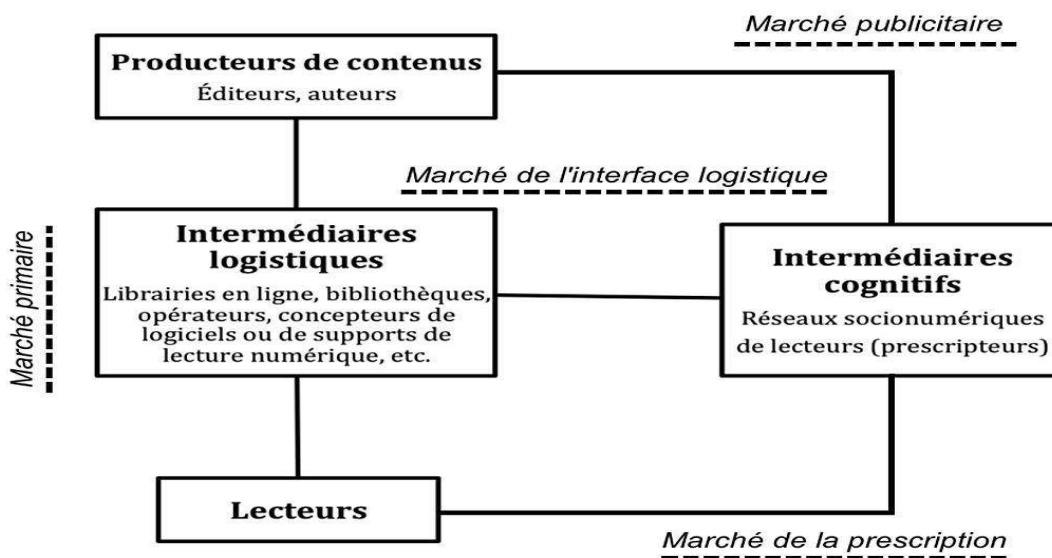


Figure 26. Configuration du marché de la prescription littéraire sur les réseaux socio-numériques de lecteurs³⁷

Cette stratégie basée sur le l’audience a pour conséquence de placer les sites de lecture en position de plateformes de publicité pour le secteur de l’édition. Car sur internet, la gratuité d’utilisation d’une plateforme a un coût que les internautes savent parfaitement maintenant. Les réseaux de lecteurs n’échappent pas à cette logique. Ici, la publicité prend surtout la forme de partenariat avec les librairies, les bibliothèques, les éditeurs et presses spécialisées, consistant à publier les chroniques, les notes de lecture de ces derniers, de les partager avec les communautés de lecteurs. Mais les utilisateurs restent vigilants, et n’hésitent pas à consulter les avis du public, d’autres membres du réseau avant de choisir de lire un livre.

Les réseaux numériques de lecteurs se trouvent au center d’un marché regroupant les éditeurs, les fabricants d’appareils numériques lecture et les lecteurs. Ils intéressent à la fois toute la chaîne de vente, de promotion et de logistique du livre.

Par ailleurs, les différentes, il faut ajouter à cela les différentes initiatives et autres challenges organisés sciemment pour maintenir les lecteurs et créer du trafic capable de propulser le réseau sur les moteurs de recherche. La libération des lecteurs des jougs des professionnels de l’édition

³⁷ Wiart, L. 2017. Chapitre 2. Le marché de la prescription littéraire en réseaux. In *La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l’univers numérique*. Villeurbanne : Presses de l’enssib. doi :10.4000/books.pressesensib.7480

ainsi que leur sentiment de liberté seraient une politique sciemment organisée par les réseaux sociaux de lecteurs. Des prix sont créés, décernés par les lecteurs, les clubs de lecteur également. Le développement de la prescription sur les réseaux sociaux numériques de lecteur passe également par les algorithmes. Celui-ci est au cœur de tout ce qui se fait sur internet, les réseaux sociaux de façon générale. La diffusion des recommandations, la personnalisation des avis selon les profils ainsi que les informations dont peuvent avoir besoin un utilisateur viennent du travail des algorithmes. Les sites comme Babelio et Livraddict ne dérogent pas à la règle. Ils se servent des données des utilisateurs pour orienter les mises en avant, en fonction de leurs centres d'intérêt.

« Aujourd'hui nous franchissons une nouvelle étape, avec un service de recommandation ultra-personnalisé. Le concept est simple (la mise en œuvre beaucoup moins, mais c'est un autre sujet) : ajoutez une cinquantaine de livres à votre bibliothèque et puis...et puis c'est tout ! Babelio comprend et analyse vos goûts, et crée à la volée des étagères thématiques en fonction de vos catégories de lecture favorites : de la dystopie à la philosophie antique, du livre de cuisine à la littérature néerlandaise. Retrouvez le service en allant sur votre accueil et en cliquant sur l'onglet « Recommandations³⁸ », peut-on lire sur le blog du site web.

En conclusion de chapitre, il apparaît que les lecteurs et le monde de l'édition, les professionnels compris, se font face sur les réseaux de lecteurs, nouveaux intermédiaires d'un marché qui a été fortement remodelé par la migration.

Les communautés en ligne sur ces réseaux ne tiennent pas compte ou peu de la présence des professionnels sur les plateformes de lecteurs. Quand ils veulent choisir leur prochain livre, ils vont vers les commentaires des particuliers, les notes de lecture, les recommandations formulées. Ils se basent d'abord sur les autres membres. La voix des professionnels ne pèse plus que celle d'un membre n'ayant à priori aucun statut le liant à un éditeur.

Sur la question de la confiance, les communautés réunies au sein des réseaux sociaux numériques privilégient plutôt les avis des particuliers, vus comme des personnes neutres, hors de toute influence. Alors que les professionnels sont considérés comme des publicitaires, des influenceurs, c'est-à-dire des personnes dont les avis sont motivés par des intérêts économiques d'abord. Ce dernier aspect est d'ailleurs est cœur des réseaux, dont les créateurs disent miser

³⁸ <https://Babelio.wordpress.com/author/samy20002000fr/page/2/>

sur l'audience pour renforcer leur statut d'intermédiaire dans un marché où se croisent plusieurs intérêts. C'est pourquoi, ils construisent des interfaces mettant en avant les lecteurs, avec des algorithmes de recommandations, pour être au centre de toutes les interactions entre producteurs de contenus, la logistique et le public.

Conclusion

La prescription littéraire est une pratique ancienne, qui a accompagné l'histoire de l'édition à travers les âges. Des hommes ont souvent joué le rôle de relai des actualités littéraires, des sorties et des auteurs. Véritables ponts entre les éditeurs et les lecteurs, ils sont devenus au fil du temps partie intégrante du système de vulgarisation du livre, dans les médias et lors des événements littéraires. Avec l'arrivée d'internet et des réseaux sociaux, et à la faveur de la convergence technologique, sont nées d'une part des communautés de lecteurs se rencontrant dans des réseaux sociaux numériques dédiés, et d'autre part des pratiques de prescription à travers les réseaux sociaux tels que YouTube, Instagram ou encore les blogs littéraires. A travers ces différents canaux, des pratiques de prescription entre particuliers se sont développées sous différentes formes de sorte que les communautés en ligne occultent souvent les voix des critiques littéraires ou autres professionnels du livre. Alors comment appréhender le développement de cette prescription ? Voilà la question centrale à laquelle nous avons essayé d'apporter des pistes de réponse, d'où nos hypothèses selon lesquelles les architectures des sites web, les compétences littéraires des particuliers ainsi que la réticence vis-à-vis des professionnels pourraient expliquer le développement de la prescription au sein des réseaux sociaux numériques de lecture.

La prescription littéraire sous sa forme actuelle sur internet reste un sujet d'actualité. En effet, les réseaux sociaux numériques renouvellent les rapports entre lecteurs, producteurs de contenus et intermédiaires. Les réseaux sociaux réunissent tous les acteurs et donc redistribuent les cartes dans un marché traditionnellement acquis aux éditeurs. La concurrence est plus forte³⁹, les lecteurs peuvent influencer les décisions de lecture, les plateformes se posent en nouveaux lieux d'interactions.

Un réseau social est avant tout un réseau de relations, de mise relation. Il permet la rencontre d'individus de différentes provenances, aux centres d'intérêt différents sur une même plateforme. Le réseau favorise les liens d'amitié, les membres y construisent des relations selon leurs critères personnels et peuvent savoir ce qu'il se passe au sein du réseau. Facebook est le réseau social de référence par excellence, parce qu'il est précurseur et le plus largement utilisé. Les autres réseaux se sont plus ou moins construits sur son modèle. Les réseaux sociaux

³⁹ Ducas Sylvie, Pourchet Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication & langages*, 2014/1 (N° 179), p. 21-31

numériques de lecture sont des plateformes thématiques, regroupant les lecteurs, les éditeurs, les critiques littéraires et toutes les personnes appartenant à la chaîne de production du livre. Leur particularité réside dans le fait que leur principale raison d'être est le livre, l'actualité littéraire. Un réseau social numérique de lecture existe par et pour le livre. Les communautés qui s'y retrouvent peuvent librement annoter, commenter ou recommander des ouvrages ; le réseau se charge de les diffuser.

Pour répondre à nos interrogations sur le développement de la prescription entre particuliers au sein de ces réseaux sociaux numériques, nous avons réalisé une enquête qualitative auprès des membres de Babelio et Livraddict principalement. Le choix de ce type d'enquête nous a paru plus adaptée à notre sujet, car il donne davantage de possibilités aux participants de développer leurs réponses, d'argumenter les idées qu'avancent les participants. Nous avons eu recours à la Théorisation ancrée comme méthode d'analyse des résultats. Nous signalons tout de même que nous nous sommes limités aux trois premières étapes qui, selon Paillé, permettent déjà d'avoir assez de matière pour comprendre un phénomène étudié.

L'enquête qualitative a été couplée à une étude sémiologique de deux sites de lecture à savoir Livraddict et Babelio, pour disposer d'une large possibilité d'analyse des données obtenues. A l'issue de cette analyse sémiologique, nous avons rendu compte des points essentiels à retenir et essayé de partager notre regard critique sur les interfaces de ces deux réseaux.

Sur la relation entre les architectures des réseaux sociaux numériques et le phénomène de prescription entre particuliers, nous sommes arrivés à la conclusion que l'organisation des menus, des parcours utilisateurs joue un rôle important. Les participants à notre enquête ont fait savoir dans leur majorité que les sites web de lecture sont assez bien organisés dans l'ensemble. Pour un nouvel utilisateur comme pour un habitué d'internet, la question de l'appropriation ne se pose pas. Sur les pages d'accueil des réseaux étudiés, les menus disposent de peu d'éléments, permettant d'aller droit vers la page recherchée. La facilité d'entrer en interaction avec les autres a été soulignée. La possibilité donnée à chacun de pouvoir commenter, discuter avec les autres, et de suivre les interactions autour du sujet ou d'un livre, reste assez appréciée. Notre étude a également montré que les utilisateurs de ces réseaux ne rencontraient de pas difficultés à trouver des informations sur des livres en particuliers. Les sites proposent des entrées multiples ; l'information est accessible à tous les niveaux. Ce sentiment général des utilisateurs confirment bien notre hypothèse de départ selon laquelle la construction des parcours utilisateurs,

l'organisation des sites participaient au développement de la prescription entre les particuliers. Ce constat met en lumière la notion d'affordance, la capacité des objets à suggérer leur usage. Les réseaux sociaux numériques sont affordants dans la mesure où les utilisateurs n'éprouvent pas de difficultés à identifier les parcours suggérés, les chemins d'entrée et de sortie pour naviguer ou trouver des informations.

Les résultats obtenus font écho à l'analyse sémiologique faite sur Babelio et Livraddict. Les interfaces de ces deux réseaux sociaux, hormis le caractère intuitif des parcours proposés, se démarquent par leur organisation spatiale. Leurs pages d'accueil, à quelques différences près, mettent l'accent sur les actualités du moment. Le premier fonctionne davantage comme un journal, avec accueil fourni, outre le bouton de recherche d'informations par thème, par auteur, par critique..., tandis que le second propose une page identique à celles des réseaux sociaux les plus populaires, en mettant en avant le profil utilisateur d'un côté et de l'autre, les actualités littéraires.

Nous avons par ailleurs noté que les sites étudiés délaissent le côté relationnel alors qu'ils sont présentés comme des réseaux sociaux, à dessein. Par exemples, les messageries et les liens d'amitiés ne sont pas mis en avant. Ces parties n'incitent pas les membres, ne semblent pas s'inspirer des codes de présentation des messageries surtout, qu'on voit au niveau des autres réseaux sociaux.

Cependant, ils doivent également leur renommée et la densité de leurs forums aux initiatives lancées, mettant les utilisateurs au cœur du système. Premièrement, les groupes de discussions permettent aux membres ayant les mêmes goûts de discuter, de parler dans un cercle restreint. Deuxièmement, des lectures communes sont organisées tous les mois sur les deux réseaux. Les membres sont appelés à lire des ouvrages choisis d'un commun accord, pour ensuite partager leurs commentaires et leurs avis sur les forums. Les règles sont clairement définies et les communautés adhèrent. Les initiatives de ce genre permettent aux lecteurs de s'exprimer, de voir leur avis partagés, commentés sur tous les sujets de discussion ayant fait l'objet de lecture commune. Ainsi, Elles donnent aux communautés du poids, la participation en masse des particuliers a pour conséquence de créer une large masse d'informations sur les livres, les actualités littéraires, venant des utilisateurs, en d'autres termes des lecteurs. Ces derniers commentent, analysent et annotent selon leurs critères personnels, en n'ayant pas d'étiquette de prescripteur. Ce qui renforce la confiance et le sentiment que les données accompagnant les

livres sont neutres, indépendantes de toute considération autre que les éléments intrinsèque aux livres commentés. L'étude sémiologique aura donc permis de confirmer notre hypothèse en phase également avec les réponses obtenues de notre enquête qualitative. En plus des parcours de navigation compréhensibles facilement, les activités mettant en avant les contributions des membres jouent un rôle important dans la prescription entre particuliers au sein des réseaux sociaux numériques de lecture.

Au début du travail, nous sommes également partis du postulat qu'au sein des réseaux, beaucoup de membres étaient assez compétents pour formuler des avis qui n'ont rien à envier à ceux des professionnels. En conséquence, ces membres influenceraient plus les autres. Les résultats ont montré que cette hypothèse ne reflétait pas la réalité. En effet, les membres de ces réseaux expliquent qu'ils lisent ou décident de lire parce qu'un membre de leur communauté les a convaincus. Il s'agit des membres dont ils voyaient déjà passer les publications, les avis et annotations. Au fil du temps, ils savent reconnaître les personnes dont les goûts et les envies sont identiques aux leurs. C'est à partir de ce critère qu'ils font confiance le plus souvent aux recommandations. L'identification est donc au centre des recommandations. Les lecteurs s'identifient à d'autres lecteurs, se voient en eux, et tirent la conclusion que ce qui plaît aux autres, peut également leur plaire. Cette proximité intellectuelle joue un rôle important, selon les utilisateurs interrogés. Donc loin d'être guidés par des personnes qu'ils jugeraient compétentes sur la base de la pertinence de leurs recommandations, ils privilégient la proximité intellectuelle. Il faut dire que cette identification est facilitée par les groupes de lecture thématiques, les groupes de discussions qui regroupent souvent des personnes souhaitant parler des mêmes sujets, genres littéraires... L'organisation des forums y jouent un rôle important.

Nous avons également retenu que l'agrégation et la diffusion des milliers de discussions, de commentaires et d'avis demeure un facteur non négligeable du développement de la prescription littéraire entre particuliers. Les personnes interrogées en ont parlé. Lorsque le besoin de lecture se fait sentir, elles vont vers les forums ou sélectionnent des livres afin de voir les avis relatifs à ces ouvrages. Ces personnes se basent sur la puissance du réseau, sur la multitude d'informations possibles, qu'on obtient à partir des productions de l'ensemble des communautés du site. La mise en avant de ces contributions se voit à travers les pages d'accueil.

Par ailleurs, le développement de la prescription littéraire semblait s'expliquer aussi par la méfiance des communautés vis-à-vis des professionnels qui seraient perçus comme des

influenceurs. Les réponses ont confirmé cette hypothèse. La majorité des personnes ayant répondu aux questions sont soit neutres à ce propos, soit suspicieux. Premièrement, ils accordent davantage du crédit aux recommandations des particuliers plutôt qu'à celles des professionnels. Au meilleur des cas, les professionnels sont sur le même pied que les particuliers. Les membres des communautés ne voient pas de différence ou pourquoi ils les privilégieraient. Deuxièmement, les professionnels sont perçus comme des influenceurs, des personnes qui travaillent pour des organismes en lien avec l'édition. Et donc leurs avis sont biaisés au départ. Les répondants ont affirmé cela de façon spontanée. C'est pourquoi ils préfèrent lire les commentaires des autres particuliers pour se faire une idée neutre et objective sur un livre donné. Ainsi mis au banc, accusés de connivence avec le monde de l'édition, les professionnels semblent inaudibles. Ils publient certes des chroniques, des notes de lecture mais ces dernières ne sont ni plus ni moins que des commentaires parmi tant d'autres.

Cependant, derrière le pouvoir des particuliers, se cache une stratégie bien ficelée au niveau des créateurs de ces réseaux. Les sites web sont construits de sorte à donner davantage de visibilité aux lecteurs. Leur modèle économique repose pour l'essentiel l'acquisition d'une audience qui se trouve au centre des éditeurs, des librairies, des bibliothèques... Ils font tout pour capter cette audience, la faire vivre à travers des interfaces propices, ainsi des initiatives, comme nous l'avons souligné plus haut, pour s'imposer en tant qu'intermédiaires.

Aujourd'hui les canaux de partage et de discussion sur la lecture se multiplient. Les réseaux sociaux numériques semblent être en avance sur les autres. Le resteront-ils face aux applications permettant de lire et de noter à la fois les livres ? Dans tous les cas, le livre s'en trouve remis à sa place, devant la scène pour être discuté.

Bibliographie

« Les réseaux de lecteurs sur internet : panorama des communautés en France », *Actualitte*, 11 janvier 2021.

Dernières statistiques publiées par le site : <https://www.livraddict.com/forum/viewtopic.php?id=18411>

Lapassade Georges, « Observation participante », dans : Jacqueline Barus-Michel éd., *Vocabulaire de psychosociologie*. Toulouse, Érès, « Hors collection », 2002, p. 375-390. DOI : 10.3917/eres.barus.2002.01.0375.

Paillé, De l'analyse qualitative en général et de l'analyse thématique en particulier. 1996, pp. 184,185.

Méliani choisir l'analyse par théorisation ancrée : illustration des rapports et des limites de la méthode

Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, (23), 147–181.

Ferdinand de Saussure, *Cours de linguistique générale* 1916, p. 33.

James J Gibson, *The Theory of Affordances* 1977

Luyat Marion, Regia-Corte Tony, « Les affordances : de James Jerome Gibson aux formalisations récentes du concept », *L'Année psychologique*, 2009/2 (Vol. 109), p. 297-332.

Prix Babelio 2021 : 100 livres sélectionnés, 10 lauréats : <https://www.Babelio.com/article/1542/Tout-ce-qu'il-faut-savoir-sur-Masse-Critique>

Prix Babelio 2021 : 100 livres sélectionnés, 10 lauréats : <https://actualitte.com/article/100345/prix-litteraires/prix-Babelio-2021-100-livres-selectionnees-10-laureats>

Gallic Claire, Marrone Rémy, « Chapitre 19. Le marketing d'influence », dans : , *Le grand livre du marketing digital*. sous la direction de Gallic Claire, Marrone Rémy. Paris, Dunod, « Hors collection », 2020, p. 447-461.

<https://lewebpedagogique.com/technocaousou/2018/05/27/design-et-technologies-numeriques-de-conception/>

Chédotel Frédérique, « Avoir le sentiment de faire partie d'une équipe : de l'identification à la coopération », *M@n@gement*, 2004/3 (Vol. 7), p. 161-193.

CNRT, <https://www.cnrtl.fr/definition/identification>

Paul Stryckman, "Espace et communication réflexion sur le sentiment d'appartenance", *Communication et organisation* [Online], 1 | 1992, Online since 26 March 2012, connection on 25 October 2021

Wiat, L. 2017. Chapitre 2. Le marché de la prescription littéraire en réseaux. In *La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l'univers numérique*. Villeurbanne : Presses de l'enssib.
doi :10.4000/books.pressesenssib.7480

<https://Babelio.wordpress.com/author/samy20002000fr/page/2/>

Ducas Sylvie, Pourchet Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication & langages*, 2014/1 (N° 179), p. 21-31

Annexes

Entretiens

Entretien 1

Question 1 : Qu'est-ce qui vous a poussé à ouvrir un compte sur Babelio ?

Réponse : il y a beaucoup de monde qui utilisent ces sites internet pour partager leurs lectures et l'évolution de leurs lectures. Et du coup, j'ai décidé d'ouvrir un compte sur ces réseaux sociaux pour pouvoir partager à mon tour, avec mes amis, avec mes camarades, mes lectures l'évolution de mes lectures. Ce qui est cool avec ces applications, c'est qu'on peut répertorier ses lectures, avoir une trace de ce qu'on a lu, parce que parfois on oublie. En plus de ça, de pouvoir partager nos sentiments et commenter au fur et à mesure de ces lectures-là. Par exemple, je lis un livre ou j'écoute un livre et à un chapitre il arrive un événement que j'ai juste envie de commenter et de partager. Au lieu de faire un post sur les réseaux sociaux, en disant « oui, ça s'est passé comme ça », je vais sur l'application, je choisis un livre, je mets la page et mets mon commentaire pour que les personnes qui sont sur ces réseaux sociaux littéraires puissent savoir, sans pour autant mettre des spoilers, mettre mes émotions, mon ressenti et ma réaction à ce moment-là. Pour qu'ils puissent soit interagir avec moi sur ce moment, ou être prévenue de ce qui risque de se passer.

Pour ce qui est des réseaux, j'ai commencé sur Instagram en 2017. Je me rappelle, j'avais commencé à lire « secret de l'univers ». Et j'ai vu pas mal de monde en parler sur les réseaux sociaux. J'ai décidé de créer mon compte. Pour être honnête, j'ai envie de partager, de communiquer. Beaucoup de personnes de mon entourage ne lisent pas ou ne s'y intéressent pas. Donc je ne pas publier sur les réseaux sociaux « normaux ». Généralement mes amis lisent plus les mangas. Quand je me suis mise à la littérature, j'ai eu envie de discuter avec d'autres personnes. J'ai commencé à partager sur twitter et comme je suis une personne expressive. J'ai voulu mettre en scène, raconter un peu les livres. Donc sur Instagram et YouTube, je fais ça.

Question 2 : Quelle est votre principale activité sur les réseaux sociaux numériques de lecture ?

Réponse : Quand je lis, la majeure partie du temps, j'interagis sur mes lectures. Je mets des commentaires au fur et à mesure de mes lectures, mes pages. J'annote, pour garder pour moi et

aussi laisser des traces. Et ensuite, je mets un commentaire final et des annotations. Ça me permet d'avoir une trace et de me souvenir de ce que je ressentais à la fin de la lecture et pendant cette lecture. A la fin, c'est pour moi et pour les autres.

Question 3 : Comment faites-vous pour choisir les ouvrages à lire ?

Réponse : Personnellement, j'ai des préférences en termes de lecture. En fait, c'est un effet entonnoir. On a énormément de livres et en fait je vais réduire ma sélection. Par exemple, je suis une personne très axée diversité. Pour moi il faut de la représentation dans la littérature. Ça peut être des personnes de couleur, des personnes de religions variées ou d'orientation du genre. Automatiquement, je vais m'axer sur un livre avec une représentation principale dans ces thèmes-là. Et puis au fur et à mesure ça va être selon les recommandations, selon les commentaires, selon les notations, selon les personnes en qui j'ai confiance.

Parfois ça peut fonctionner au coup de cœur de couverture. Je vais dans une librairie, je vois une couverture très belle. Et j'ai tendance à ne pas lire de résumés. Je vais juste lire les commentaires des gens et leurs revues. Et en ce moment, je peux choisir ce livre-là.

Relance : donc les avis des gens ont une grande influence sur vos choix ?

Réponse : oui, tout à fait.

Question 4 : Est-ce que vous trouvez facilement des informations sur ces sites web ?

Réponse : Sur goodread que j'utilise principalement. Honnêtement, je trouve toutes les informations qui me sont nécessaires à savoir le titre, le nom de l'auteur, la couverture, les revues, les notations. On peut voir sur le côté des recommandations de livres plus ou moins similaires, les différents groupes dans lesquels les lecteurs les ont mis. On peut voir par exemple qu'un livre est classé dans la catégorie romance, dans la représentation sexuelle... Il y a aussi des liens vers les pages Amazon. Le site est facile d'utilisation et très accessible dans le sens où on voit l'information. On n'a pas besoin de parler Anglais pour pouvoir se retrouver. En plus de ça, il y a des livres dans toutes les langues, toutes les éditions. Au bout de quelques minutes sur le site, on peut facilement comprendre. L'application également, beaucoup plus compréhensible et très esthétique.

Question 5 : Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction sur ces sites ?

Tout à fait bien. On peut par exemple commenter les différentes revues, on peut envoyer des messages, on peut partie de certains groupes. Les notifications des gens qui nous ont répondu.

Question 6 : Quels sont rapports avec les autres membres ?

Réponse : C'est comme Facebook. On peut ajouter des amis, on a fil d'actualité. J'ai des amis mais pas beaucoup.

Question 7 : Que savez-vous dans gens dont suivez les recommandations ?

Réponse : ce sont des amis et les autres que je ne connais pas.

Question 8 : Quelle est la place des recommandations dans vos choix de lecture ?

Réponse : Je lis en diagonal une grande partie des commentaires, voir les notations, voir ce qui revient. Quand on a des amis, leurs commentaires apparaissent en premier. Et je vais me baser sur les amis en qui j'ai confiance, qui ont les mêmes goûts que moi. Et si ces personnes-là recommandent, en ce moment, je vais tomber dans le panneau.

Question 9 : Etes-vous membre d'un club de lecture ?

Réponse : Non. Parce que je me perdrais dans l'activité. Les groupes sont très grands. Je préfère ne pas trop me faire influencer.

Question 10 : Suivez-vous d'autres sites web ou réseaux sociaux pour choisir vos lectures ?

Réponse : Très honnêtement, ça va surtout être Instagram. Je fais aussi des recherches. Exemple, j'ai envie de lire sur les représentations sexuelles. Il y a des recommandations selon les livres lus aussi. Il y a pas mal de mal de facteur.

Question 11 : Quelles autres sources de recommandation littéraire consultez-vous ?

Réponse : Les mêmes réseaux.

Question 12 : Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Réponse : Non. Je ne me fie pas du tout aux recommandations professionnelles. Je fais plus confiance aux lecteurs. Les professionnels sont plus axés ventes, communication, publicité tandis que moi mes amis, les lecteurs sont plus axés sentiments, ressentis et critiques. Là ce sera plus objectif d'avoir la revue d'un lecteur plutôt que celle d'un vendeur.

Question 13 : Que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'édition sur les réseaux de lecture ?

Ce sont des influenceurs. Sans aucun doute. Difficile de leur faire confiance, pour moi, parce qu'ils sont liés à certains organismes. Mais je lis quand même toutes les publications partagées. On peut trouver des influenceurs auxquels on peut faire confiance.

Entretien 2

Question 1 : Qu'est-ce qui vous a poussé à ouvrir un compte sur Babelio ?

Réponse : je suis un lecteur un peu âgé, j'ai toujours aimé me souvenir de ce que j'ai lu. Dans un premier temps, j'avais un petit carnet de note dans lequel je mettais les titres d'ouvrages que j'avais lus, des remarques et pensées sur ces ouvrages-là.

La numérisation est venue, et je cherchais un moyen de prendre des notes de lecture. En cherchant, je suis tombé sur Babelio, qui permet de facilement enregistrer mes ouvrages, d'y apporter de petites notes et bien sûr de commenter. Tout ce qu'on met est public.

Question 2 : Quelle est votre principale activité sur Babelio ? Qu'est-ce que vous y faites les plus souvent ?

Réponse : J'y vais assez irrégulièrement, mais j'y vais souvent pour confronter mes avis avec ceux des autres lecteurs. C'est essentiellement ça. Mais j'évite de trop lire des avis ou des résumés avant ma lecture. En revanche j'aime bien confronter mes avis.

Question 3 : comment faites-vous pour choisir vos livres ?

Réponse : La majorité des livres que je lis, l'idée ne vient pas de Babelio.

Question 4 : Est-ce que vous trouvez facilement des informations sur ces sites web ?

Réponse : Franchement, oui. Moins sur l'application, mais sur un ordinateur, oui. Il n'y a aucun problème. Je me retrouve facilement.

Question 5 : Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction sur ces sites ?

Aucun problème à ce niveau également. Les possibilités sont nombreuses. Un utilisateur des réseaux sait se repérer. Quand on arrive à faire ce qu'on souhaite, trouver ce qu'on veut. C'est que c'est facile finalement.

Question 6 : Quels sont vos rapports avec les autres membres du site ?

On est sur un site de lecture. Les membres savent qu'on parle du livre. Après, il n'y a pas de rapports particuliers. On est sur les forums ou on discute, on commente des livres. C'est tout.

Question 7 : Que savez-vous dans gens dont suivez les recommandations ?

Réponse : oui, facile. Ça me plaît beaucoup. Les discussions se passent bien, les forums sont modérés.

Question 8 : Quelle est la place des recommandations dans vos choix de lecture ?

Réponse : J'aime bien voir ce qu'ont lu les gens qui ont des avis identiques au miens sur un livre. Je me reconnais un peu à travers eux. Je me dis que s'ils apprécient un

livre, je pourrai l'apprécier aussi. Donc il m'arrive d'aller voir les lectures des gens qui ont apprécié une de mes critiques ou dont j'ai apprécié les critiques.

Question 9 : Est-ce que vous êtes membres d'un club de lectures ? RAS

Réponse : non. J'ai participé juste à quelques discussions sur les boîtes à livres. Pas plus.

Question 10 : Suivez-vous d'autres réseaux pour vos choix de lecture ? RAS

Réponse : non. C'est mon côté fidèle.

Question 11 : Quelles autres sources de recommandation littéraire consultez-vous ?

Réponse : Je vais beaucoup en médiathèque et à la librairie.

Question 12 : Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Réponse : Je suis un auditeur de radio. Effectivement, je suis attentif aux critiques et promotions, ça dépend de qui parle, à la radio. Parfois ma femme me fait des sélections selon mes goûts. Je me fais mener par le bout du nez dans mes choix de lecture. Je ne suis pas les professionnels sur Babelio.

Question 13 : Que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'édition.

Réponse : Rien. Ce sont des membres comme les autres. Ni plus ni points.

Entretien 3

Question 1 : Qu'est-ce qui vous a poussé à ouvrir un compte sur Babelio ?

Réponse : Je cherchais un réseau social différent pour m'occuper. Je suis tombé par hasard sur Babelio. Avec le confinement, j'ai découvert sur Babelio qu'il peut y avoir des challenges, des pavés. Je me suis mise à participer.

Question 2 : Quelle est votre principale activité sur ces sites ?

Réponse : je participe à beaucoup de challenges. Comme j'ai beaucoup de livres chez moi, j'essaye de mettre 2 ou 3 critiques par jours sur mon compte.

Vous savez, j'ai beaucoup lu dans ma jeunesse. Mais je suis restée longtemps sans me tenir au courant de ce qui se passe. Avec les challenge sur Babelio, je découvre que je peux beaucoup lire et je n'arrête plus de fixer des objectifs sur les livres que j'ai envie de lire. Dans les challenges, il y a des thèmes.

Question 3 : Comment faites-vous pour choisir vos livres ?

Exemple, quand il faut lire un pavé du 18^{ème} siècle et que je ne sais pas trop où commencer, je vais voir le forum pour avoir des idées pour choisir. Donc les forums m'aident à identifier les thèmes et les livres à lire.

Question 4 : Est-ce que vous trouvez facilement des informations sur ces sites web ?

Réponse : oui, je trouve. L'organisation ne me perd pas, même si je ne suis pas adepte des réseaux sociaux. C'est accessible. Je comprends facilement comment ça marche.

Question 5 : Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction sur ces sites ?

Réponse : on trouve facilement comment ça fonctionne.

Question 8 : Quelle est la place des recommandations dans vos choix de lecture ?

Réponse : un petit peu les avis, je regarde sans lire tous dans les détails. Je n'aime pas quand les critiques racontent le livre. Je regarde la note moyenne, je regarde un petit peu la présentation. Et si ça me tente, je regarde les critiques.

Question 9 : êtes-vous membre d'un club de lectures ?

Réponse : non.

Question 10 : Suivez-vous d'autres sites web ou réseaux sociaux pour choisir vos lectures ?

Réponse : non. Je suis sur Babelio seulement.

Question 11 : quelles autres de recommandations littéraires consultez-vous ?

Réponse : je regarde la télé mais je suis surtout les infos des auteurs que je n'ai pas lus depuis longtemps. Je vais rarement sur internet et sur les blogs. Je me limite à Babelio.

Question 12 : Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Réponse : Pas spécialement. Je considère qu'ils sont au même niveau. Si une recommandation me va, je prends la décision ou de passer à l'étape suivante ou pas.

Question 13 : Que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'édition sur les réseaux de lecture ?

Réponse : ils font leur boulot. S'ils nous donnent des infos sur un livre, je suis contente, mais pour leurs avis. On a chacun ses goûts. Pour moi, ce sont des lecteurs comme les autres.

Entretien 4

Question 1 : Qu'est-ce qui vous a poussé à ouvrir un compte sur Babelio ?

Réponse : Je me suis inscrite sur Babelio pour pouvoir promouvoir un livre que j'ai écrit. Donc je fais des commentaires, je partage des extraits.

Question 2 : quelles sont vos activités principales sur Babelio ?

Réponse : je fais des critiques, je publie des avis, des notes. Je suis une grande lectrice.

Question 3 : comment faites-vous pour choisir les ouvrages à lire.

Réponse : De deux façons. On a beaucoup d'ouvrages à la maison. Je choisis donc dans ce lot. Ou bien, quand c'est l'occasion d'en offrir à quelqu'un, je vais sur Babelio ou autres, pour faire mon choix.

Question 4 : est-ce que vous trouvez facilement des informations sur ces sites ?

Réponse : oui, je trouve ce que je cherche. Aucun problème de se retrouver. L'ergonomie et l'architecture ne posent pas de problème.

Question 5 : Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction sur ces sites web ?

Réponses : je n'ai pas de problème à ce niveau. En plus, ce réseau n'est pas fait pour discuter avec les gens, sauf sur le livre bien sûr. Et cela se fait sans soucis.

Question 6 : quels sont vos rapports avec les autres membres ?

Réponse : je suis les personnes qui sont dans la même maison d'édition que moi.

Questions 7 : Que savez-vous des gens dont vous suivez les avis et les recommandations ?

Réponse : Rien particulièrement. Que je veux un avis, je poste un livre et je regarde les avis. Je fais mon choix ensuite. Mais je ne suis pas une personne en particulier.

Question 8 : quelle est la place des recommandations dans vos choix de lecture ?

Réponse : Quand je dois offrir un livre, oui. Je regarde les recommandations pour choisir.

Question 9 : Etes-vous membres d'un club de lecture ?

Réponse : Non. Je ne suis pas inscrit dans un club de lecture.

Question 10 : Suivez-vous d'autres sites web ou réseaux sociaux pour choisir vos lectures ?

Réponse : je suis sur livreaddict et senscritique. Je suis aussi les actualités, les avis partagés sur ces sites web.

Question 11 : quelles autres de recommandations littéraires consultez-vous ?

Réponse : les sites que je viens de citer. Liveaddic, senscritique.

Question 12 : Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Réponse : un peu des deux. J'aime avoir autant d'avis professionnels que de personnes lambda. Je dirais du 50/50. Je veux d'abord voir les avis et critiques pour me faire ma propre opinion, avant d'acheter un livre ou de me le faire offrir.

Question 13 : que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'édition sur les réseaux de lecteurs ?

Réponse : en général, je les trouve trop positifs. Ils recommandent forcément positivement. Mais c'est vrai que les recommandations des professionnels sont plus claires. Je leur fais confiance autant que les autres membres. Il n'y a pas d'à priori donc.

Entretien 5

Question 1 : Qu'est-ce qui vous a poussé à vous y inscrire ?

Réponse : Je suis une grande lectrice. Je lis beaucoup. Je suis à la recherche de nouvelles lectures. Dans le souci de voir de nouvelles publications, me tenir informée des sorties littéraires, de sortir un peu de ma zone de confort dans mes lectures. Parce que j'ai une gamme de lecture très étendue. Je lis un peu de tout, à l'exception de quels genres et thèmes.

Question 2 : Quelle est votre principale activité sur les réseaux sociaux numériques de lecture ?

Réponse : Je fais des critiques, mets des citations. Et j'essaye de communiquer avec d'autres personnes qui ont les mêmes goûts littéraires que moi. Je regarde leurs publications et je donne mon avis.

Question 3 : Comment faites-vous pour choisir les ouvrages à lire ?

Réponse : je suis pas mal d'auteurs, des classiques et contemporains. Je choisis parce que j'ai déjà lu l'auteur. Ou parce qu'il y a de bonnes critiques. Mais je ne suis pas quelqu'un qui lit beaucoup les livres primés. Je n'attends pas qu'un livre soit primé pour le lire.

Question 4 : Est-ce que vous trouvez facilement des informations sur ces sites web ?

Ou, facilement. Franchement. C'est souvent simple de trouver ce qu'on cherche.

Question 5 : Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction sur ces sites ?

Oui, pas de problème. Je pense que ça veut tout dire !

Question 6 : Quels sont rapports avec les autres membres ?

Réponse : certains font des commentaires sur mes livres. Je leur réponds. Ce sont des rapports entre membres d'un site pour la lecture. On discute, à travers les commentaires sur des sujets qui nous intéressent.

Question 7 : Que savez-vous des gens dont suivez les recommandations ?

Réponse : rien, à part leurs lectures et commentaires. Rien. Je considère que Babelio est site sérieux. On retrouve une communauté qui ne parle que de livre. Je ne cherche que l'objet livre, la discussion sur le livre prime sur le livre. Le reste m'importe peu.

Question 8 : Quelle est la place des recommandations dans vos choix de lecture ?

Quand j'ai besoin d'avis, je vais voir un peu ce que disent les gens. J'en prends. Donc oui, elles sont importantes. C'est important de voir ce qui passe autour pour se faire une idée sur quelque chose.

Question 9 : Etes-vous membre d'un club de lecture ?

Réponse : non. Je

Question 10 : Suivez-vous d'autres sites web ou réseaux sociaux pour choisir vos lectures ?

Réponse : non. Mais je participe aux masses critiques. Je tente ma chance, si nom est sélectionné, je lis et partage mes commentaires.

Question 11 : Quelles autres sources de recommandation littéraire consultez-vous ?

Réponse : à la bibliothèque et sur les réseaux sociaux de façon générale. Mais Babelio est plus sérieux.

Question 12 : Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Réponse : je suis bénévole de biblio à Monaco. Si une personne nous demande un avis alors qu'on n'a pas lu un livre, mon premier réflexe est de regarder sur Babelio.

Question 13 : Que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'édition sur les réseaux de lecture ?

Je suis inscrite sur plusieurs sites web. Je trouve que les maisons d'éditions sont plus subjectives que les lecteurs particuliers ? Les éditeurs sont vendeurs. On le sait. Je les trouve plus subjectifs que les lecteurs lambda.

Entretien 6

Question 1 : Qu'est-ce qui vous a poussé à ouvrir un compte sur Babelio ?

Réponse : A la base, je me suis inscrite sur livraddict parce que c'est un bon site pour avoir une bibliothèque en ligne. Pour pouvoir mettre tous les bouquins que j'ai chez moi, tous les bouquins que j'ai lus, pouvoir gérer plus facilement. Au début, c'était ça. Après je regarde un peu, découvrir de nouveaux livres, parler avec les gens.

Question 2 : Quelle est votre principale activité sur les réseaux sociaux numériques de lecture ?

Réponse : Quand je me connecte, c'est pour regarder ma bibliothèque et vérifier ma pile à lire. Parfois je me connecte quand j'entends parler d'un livre pour le mettre sur ma liste, regarder de quoi ça parle.

Question 3 : Comment faites-vous pour choisir les ouvrages à lire ?

Réponse : Quand quelqu'un me parle d'un livre, quand je vois des recommandations d'un livre pendant que je consulte un autre. Il arrive aussi que j'aille sur la page d'auteurs pour voir les nouveautés ou en regardant les profils des personnes que je suis.

Question 4 : Est-ce que vous trouvez facilement des informations sur ces sites web ?

Oui, c'est intuitif. Aucun souci sur ce plan. Je n'ai pas de problème. Peut-être parce que je suis habituée.

Question 5 : Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction sur ces sites ?

Réponse : j'admets que je n'utilise pas beaucoup cette fonctionnalité d'interaction. Mais ça me semble facile. Il y a le forum, la messagerie privée, les commentaires. Il y a pas mal de communication avec les autres. Mais je ne les pratique pas trop.

Question 6 : Quels sont vos rapports avec les autres membres ?

Réponse : On parle principalement du livre, rien de plus sur eux. J'ai un ami proche avec qui je parle. Mais les relations amicales ne sont pas développées.

Question 7 : Que savez-vous des gens dont vous suivez les recommandations ?

Réponse : Rien de spécial. Je ne connais que les pseudos.

Question 8 : Quelle est la place des recommandations dans vos choix de lecture ?

Réponse : Elle est assez importante. J'ai pas mal de livres que j'achète en fonction des avis que je peux voir ou quand je vois régulièrement un livre passé, je regarde si les avis sont positifs ? J'accorde de l'importance aux avis.

Question 9 : Etes-vous membre d'un club de lecture ?

Non. Cependant je fais partie d'une communauté Instagram. Et sur Facebook.

Question 10 : Suivez-vous d'autres sites web ou réseaux sociaux pour choisir vos lectures ? Réseaux sociaux

Réponse : oui, Instagram ou Facebook principalement. J'y vais pour découvrir, pour ce voir ce qu'il se passe, histoire de connaître les actualités et me faire une idée sur les livres.

Question 11 : Quelles autres sources de recommandation littéraire consultez-vous ?

Réponse : mes amis avec qui je parle de lecture régulièrement. Sinon en librairie ou à travers mes amis sur Instagram.

Question 12 : Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Réponse : je vais plutôt faire confiance aux lectures qu'aux professionnels. Les lecteurs sont neutres et leurs avis est indépendants. Donc ils ne vont pas essayer d'inciter à l'action de façon détournée. Je fais confiance aux lecteurs.

Question 13 : Que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'édition sur les réseaux de lecture ?

Les librairies sont plus ouvertes et critiques. Mais les maisons d'éditions sont plus subjectives. Leurs avis est sont biaisés. Ils ne sont pas comme les lecteurs particuliers.

Entretien 7

Question 1 : Qu'est-ce qui vous a poussé à ouvrir un compte sur Babelio ?

Réponse : J'étais abonnée à une boîte littéraire et on me disait que je pouvais partager mon profil Livraddict pour faire savoir mes goûts littéraires. J'ai découvert que c'est un site plutôt pas mal pour suivre sa lecture, avoir un endroit où enregistrer ses listes, enregistrer sa bibliothèque de manière virtuelle que ce soit un livre papier ou un livre numérique. En fait quand on crée un profil sur la boîte littéraire, on pouvait monter nos goûts, nos centres d'intérêt... Tout est parti d'une suggestion.

Question 2 : Quelle est votre principale activité sur les réseaux sociaux numériques de lecture ?

Réponse : Je tiens un blog. Quand je lis des articles de blog d'autres et qu'un livre m'intéresse, je l'enregistre sur livraddict sur ma liste. Je publie aussi mes articles de blog sur les livres concernés, soit en commentant et en mettant des liens.

Question 3 : Comment faites-vous pour choisir les ouvrages à lire ?

Réponse : ce n'est vraiment pas sur livraddict que je cherche mes lectures. Je vais sur Instagram par exemple, je suis abonnée à certaines maisons d'édition ou via des blogs qui publient des livres qui m'attirent. Je les mets sur livraddict.

Question 4 : Est-ce que vous trouvez facilement des informations sur ces sites web ?

Réponse : Oui. Je connais le site bien. Le seul défaut, c'est qu'il faut taper la bonne orthographe. Si par exemple, on cherche un livre et qu'on commet une faute, il dit qu'il ne le trouve pas. Je cherchais un livre « Les princes du feu » j'ai tapé « Les princes de feu » et là il me dit qu'il n'existait pas. C'est le seul défaut. Le mode de recherche est trop strict.

Question 5 : Comment trouvez-vous les possibilités d'interaction sur ces sites ?

Réponse : Plutôt bien. On peut aller sur les forums, je participais activement quand je me suis inscrite. Je ne le fais plus maintenant. Je n'échange plus avec les gens via livraddict. Je suis plus sur mon blog.

Question 6 : Quels sont rapports avec les autres membres ?

Réponse : Nous n'avons pas de relations particulières. C'est le livre qui nous réunit. Nous en parlons sans avoir besoin de plus.

Question 7 : Que savez-vous dans gens dont suivez les recommandations ?

Réponse : Personnellement, non je ne les connais pas. Je discute avec certains. Je discute régulièrement du livre. Je ne les ai jamais rencontrés. Je ne sais rien d'eux.

Question 8 : Quelle est la place des recommandations dans vos choix de lecture ?

Réponse : J'ai lu des livres en commun avec la plupart des personnes que je suis sur le site. Je connais leurs goûts et leurs centres d'intérêt. Et la plupart du temps, on a les mêmes avis. Je sais que lorsque certaines n'aiment pas un livre, il y a de fortes chances que je ne l'apprécie pas non plus. Avec le temps, je connais leur goût du point de vue littéraire. Je tiens compte de leurs avis.

Question 9 : Etes-vous membre d'un club de lecture ?

Réponse : non, plus maintenant. Vu que je ne participe plus aux forums. Les forums sont complets, il y a des échanges.

Question 10 : Suivez-vous d'autres sites web ou réseaux sociaux pour choisir vos lectures ?

Réponse : je vais sur Babelio. Quand je ne trouve pas d'avis sur un livre ou quand il y a peu d'avis, je vais sur Babelio. Je pars souvent des blogs et d'autres sites pour atterrir sur Babelio.

Question 11 : Quelles autres sources de recommandation littéraire consultez-vous ?

Réponse : oui, j'emprunte des livres à la bibliothèque, je vais en librairie aussi la plupart du temps. C'est tout.

Question 12 : Vous fiez-vous davantage aux recommandations des professionnels de l'édition ou à celles des membres des réseaux de lecture et pourquoi ?

Réponse : Un libraire, oui. Mais une maison d'édition, non. Son avis est forcément positif. C'est un avis biaisé. Mais je tiens compte des libraires. Je tiens compte des avis des professionnels indépendants et du réseau.

Question 13 : Que pensez-vous des recommandations des professionnels de l'éditions sur les réseaux de lecture ?

Les professionnels vendent. C'est clair, ils sont positifs. Ils ne vont pas publier des avis négatifs sur des livres, contrairement aux autres membres. Ils incitent les gens à lire certains livres.