



**HAL**  
open science

## Développement de l'édition numérique jeunesse. Enjeux des pratiques au Québec

Nathalie Lacelle, Prune Lieutier, Eleonora Acerra

### ► To cite this version:

Nathalie Lacelle, Prune Lieutier, Eleonora Acerra. Développement de l'édition numérique jeunesse. Enjeux des pratiques au Québec. Le livre en contexte numérique. Un défi de design. Actes du colloque ECRIDIL 210. Écrire, éditer, lire à l'ère numérique. , 2021. hal-03928296

**HAL Id: hal-03928296**

**<https://hal.science/hal-03928296>**

Submitted on 15 Jul 2023

**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.

# Développement de l'édition numérique jeunesse. Enjeux des pratiques au Québec

Nathalie Lacelle  
Prune Lieutier  
Eleonora Acerra

- 1 Nous assistons depuis une quinzaine d'années à un mouvement global d'accroissement des usages de contenus numériques par les jeunes publics (incluant les adolescents)<sup>1</sup>. Dans son **rapport de tendances 2020**, publié le 22 janvier 2020, le Fonds des médias du Canada consacre une section entière aux publics de la « génération Alpha », soit nés entre 2010 et 2025, selon une expression façonnée et popularisée par le chercheur en sciences sociales Mark McCrindle, qui la décrit comme étant la plus éduquée et la plus à l'aise avec les technologies (McCrindle, Fell & al., 2020). Le Fonds des médias du Canada souligne ainsi que « sans grande surprise, la technologie est un élément clé qui caractérise ce groupe démographique : les Alphas ne feront jamais l'expérience d'un monde sans écrans connectés ou médias sociaux. Pour eux, l'accès à du contenu de divertissement à la demande est totalement normalisé et bon nombre de leurs expériences numériques seront façonnées par l'intelligence artificielle » (Mathys, Tanguay & al., 2020, p. 24). Selon le rapport, qui s'appuie sur une étude du bureau de sondage MTM réalisée en septembre 2019, « 98% des enfants canadiens regardent une forme ou une autre de télévision (linéaire ou web) chaque mois », « 64% des enfants dans tous les groupes d'âge indiquent que leur activité favorite par temps libre est le visionnement de contenu vidéo », précisant

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 1 sur 28

que Youtube reste la plateforme privilégiée pour 78% des enfants âgés de 7 à 11 ans et de 73% de ceux âgés de 2 à 6 ans. Enfin, le rapport précise que 79% des enfants canadiens utilisent une console de jeux vidéo au moins une fois par semaine et 37% jouent pratiquement tous les jours.

- 2 Ce développement de l'accès aux supports et des usages numériques au sein des foyers et des écoles stimule le développement d'une offre numérique conséquente à l'échelle mondiale, en particulier dans les contenus dédiés à la jeunesse. Ainsi, de nombreux acteurs importants de l'industrie numérique se sont aventurés dans ce créneau commercial, en sus de ceux déjà traditionnellement investis dans le secteur du jeune public. Par exemple, Youtube a lancé en 2014 sa plateforme dédiée, Youtubekids (qui n'est pas encore disponible au Québec), et Google a introduit en 2018 Kiddle, sa version adaptée aux jeunes publics. Le géant Huawei, spécialisé en apprentissage machine, a lancé en 2019 l'application Storysign, destinée à la traduction de contenus jeunesse en langage des signes. Samsung a mis sur le marché une série de contenus littéraires jeunesse en réalité virtuelle, via ses dispositifs de lecture maison, et ce dans le cadre de sa marque dérivée et plateforme dédiée, Samsung Kids.
- 3 Du côté de la production sonore en diffusion numérique, Spotify a créé Spotify Kids, sa plateforme de contenus audios, musicaux comme narratifs, à destination des jeunes publics. Du côté des réseaux sociaux aussi, les jeunes publics intéressent de plus en plus les acteurs importants du numérique, avec notamment la création de Messenger Kids, la plateforme de communication instantanée pour enfants du géant Facebook, ou encore l'explosion du réseau social de vidéo en ligne TikTok, qui comptait en 2019 500 millions d'utilisateurs actifs par mois dans le monde, dont 66% ont moins de 30 ans (données issues du rapport de tendances 2020 du Fonds des médias du Canada).
- 4 Bien qu'émergent, le secteur indépendant n'est pas en reste : Toca Boca, Busy Bee Studios, ou encore le studio québécois Tobo, prennent de plus en plus de place dans le paysage économique des médias pour enfants. En 2014, selon les derniers chiffres disponibles, Toca Boca, l'un des plus importants développeurs indépendants, a ainsi réalisé des revenus de 6,1 millions de livres sterling, soit 28% de plus que l'année précédente (Dredge, 2015). Le studio québécois Tobo a, pour sa part, développé en 2018 un volet Laboratoire soutenant ses clients dans l'expérimentation et la mise en marché de

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 2 sur 28

projets ludo-éducatifs numériques et travaille dans une perspective multiplateforme, avec le développement d'applications (voir, par exemple, *Smala*, produite en 2019 ou *Bayam*, lancée en 2017) ou encore de contenus, qui associent souvent numérique, télévision et livre papier, comme dans l'oeuvre transmédia *Dounia* (Tobo, 2020).

- 5 Par ailleurs, les médias publics explorent également les possibilités du numérique à destination des jeunes publics. Télé-Québec a ainsi lancé en avril 2021 la plateforme *Télé-Québec en classe* (Télé-Québec, 2021), proposant une version bien plus complète que son offre numérique pour les jeunes publics déployés jusqu'alors : contenus vidéo, contenus éducatifs numériques originaux, éducation aux médias, mini-jeux interactifs, etc. Parmi les contenus proposés, des troupes de littérature créées à partir de sept albums québécois pour la jeunesse permettent d'évoluer dans une version interactive des albums et de répondre à des questions de compréhension et d'interprétation programmées. Des vidéos mettant en vedette un personnage original Télé-Québec, nommé Cali, qui permet de s'approprier l'outil, mais aussi de créer un véritable « fil rouge » entre les différents albums proposés.
- 6 De son côté, Radio-Canada a massivement investi, en 2020, sur le développement de propositions audionumériques narratives (balados) à destination des jeunes publics, et ce à travers sa plateforme *Ohdio* (Radio-Canada, 2020) : en quelques mois, aux séries *El Kapoutchi* (S.A., 2018) et *Arthur l'aventurier* (S.A., 2019), se sont ajoutées de nombreuses autres, dont *Le guide de survie des Débrouillards* (S.A., 2020), *Bododo* (S.A., 2020), *Entre filles avec Sarah-Maude Beauchesne* (S.A., 2020) ou encore *Ingénieux Junior* (S.A., 2020), sans compter une conséquente offre de livres audio pour enfants issues de collaborations avec des maisons d'éditions canadiennes. Enfin, France Télévisions lançait en 2020 sa plateforme éducative multimédia *Lumni* (France Télévisions, 2020), offrant mini-jeux interactifs, vidéos et contenus sonores à destination des publics scolaires du niveau préscolaire au niveau universitaire. Il va sans dire que le géant américain *Sesame Street*, déjà connu depuis les années 1970 pour sa créativité et son utilisation des nouveaux médias (d'abord la télévision, puis le web), a également largement investi la production numérique.
- 7 Parmi les contenus disponibles sur le marché pour les jeunes publics, la production d'œuvres littéraires numériques, bien que marginale, occupe une place grandissante. Des

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 3 sur 28

œuvres littéraires numériques, bien que marginale, occupe une place grandissante. Des banques de livres numériques en accès libre pour les enfants se multiplient d'ailleurs depuis le début du millénaire. On peut penser à *Batalbum.fr* (albums français pour les 5 à 10 ans liant texte, son et image), la *Bibliothèque numérique internationale pour enfants* (3 à 13 ans, multilingue et multimodale), *La souris-web.org*, un portail qui fournit les hyperliens de sites où l'on peut télécharger gratuitement des livres numériques pour enfants, adolescents et adultes, dont le *Children's Books Forever* et *Je lis libre* du Centre régional de documentation pédagogique de l'académie de Strasbourg (France). On retrouve également des livres virtuels à feuilleter en ligne et des histoires interactives à lire, à entendre ou à jouer, sur des sites tels que *Du plaisir à lire* (3 à 9 ans), les *Éditions de l'Envolée*, OuF TiVi de la Radio-Télévision belge de la Communauté française, qui propose près de 30 histoires pour les 3 à 6 ans, ainsi que sur le site canadien de TFO. Les sites de livres numériques à télécharger pour les enfants de plus de 9 ans et les adolescents commencent aussi à se répandre : *Il était une histoire*, avec des récits en format PDF ou MP3, la *Bibliothèque numérique des enfants* de la *Bibliothèque de France*, etc. Enfin, de nombreuses maisons d'édition européennes et américaines, de même que des studios numériques, se sont lancés dans la production de formats numériques narratifs (*L'Apprimerie*, *Moonbot Studios* et autres).

- 8 Par exemple, en 2018, *Vissac* présente *Kalces*, un *road movie* poétique et dynamique, qui a nécessité la mise en place d'autres formes de collaborations éditoriales et artistiques (*Vissac*, 2018).
- 9 De nombreuses créations avec des augmentations à visée documentaire ou scolaire ont également émergé. *Laborderie*, *Jeantet* et *Hellégouarc'h* explicitent la démarche de production de l'adaptation en livre-application enrichi du *Candide* de Voltaire publié par la BnF, la *Voltaire Foundation* et *Orange* (*Laborderie, Jeantet & al.*, 2018), dans lequel sont intégrés des contenus d'approfondissement sur l'œuvre et son contexte. *Perrin-Doucey* et *Acerra* présentent le logiciel pour l'enseignement et l'apprentissage de la lecture littéraire numérique réalisé à partir d'une collection d'œuvres jeunesse dans le cadre d'une recherche-développement avec la collaboration des éditeurs *Bayard* et *Tralalère* intitulée *LINUM. Lire, dire, écrire avec la littérature pour la jeunesse et le numérique (oct. 2014 – oct. 2017)* (*Perrin-Doucey & Acerra*, 2018).

Malgré cette effervescence au Québec, la production de livres numériques pour enfants

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 4 sur 28

- 10 Malgré cette errance, au Québec, la production de livres numériques pour enfants reste encore très marginale, parce que mal connue ou encore mal adaptée à toutes les possibilités du numérique et aux caractéristiques socio-culturelles du lectorat. Comme on l'a vu dans les exemples mentionnés plus haut, les œuvres disponibles sont offertes en anglais ou bien majoritairement produites pour le contexte européen. De plus, s'il existe bien quelques exemples québécois notables, tels que *Wuxia le renard*, de Jonathan Bélisle (Hallo Architekt, 2014), les productions de l'entreprise La boîte à pitons (La boîte à pitons, ; La boîte à pitons & Yoozoo,) ou encore le projet *Tout garni* (La Pastèque, 2017) de la maison d'édition La Pastèque, dans leur grande majorité les rares maisons se lançant dans le numérique au Québec le font sous forme de PDF ou de ePubs, des formats exploitant peu les riches potentiels du numérique.
- 11 La rareté des propositions québécoises exploitant à leur plein potentiel les ressources des nouvelles technologies et de la multimodalité peut notamment s'expliquer par le besoin de développer de nouvelles expertises au sein des milieux de l'édition plus traditionnelle. En effet, les spécificités de la littérature numérique engendrent une reconfiguration de la place et du rôle des acteurs du milieu éditorial, notamment en ce qui a trait au processus de production des œuvres (Lieutier, 2016), ou encore au processus de création des acteurs impliqués (De Haro, 2011).
- 12 Face à ce constat, plusieurs questions se posent : comment soutenir la transformation numérique du secteur de l'édition jeunesse québécoise, tout en s'assurant de proposer des contenus de qualité utilisant le plein potentiel des technologies ? Comment contribuer à développer une offre culturelle numérique québécoise attrayante et riche pour les jeunes publics ? Comment favoriser la découverte de ce secteur par les familles et les enseignants ?
- 13 Le projet de recherche *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec à partir de pratiques favorables de production, diffusion et réception*, appuyée par le Programme de recherche sur la culture et le numérique du *Fonds de recherche Société et culture* (FRQSC) en partenariat avec le Ministère de la Culture et des Communications (MCC), vise précisément à soutenir les éditeurs et les producteurs québécois dans leur volonté de développer des produits culturels numériques de qualité, et à les aider à tirer leur épingle du jeu sur un marché en pleine expansion. Depuis janvier 2018, sous la

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 5 sur 28

direction de Nathalie Lacelle, dix chercheurs<sup>2</sup> des domaines de l'éducation et de la création artistique et une douzaine de partenaires issus de l'édition, de la production numérique ou des médias publics se sont donnés la mission de contribuer au développement d'une expertise d'édition numérique jeunesse au Québec, en outillant les acteurs de l'édition et en créant des synergies entre les différents acteurs du milieu (voir rapport complet du projet de recherche sur le site du FRQSC).

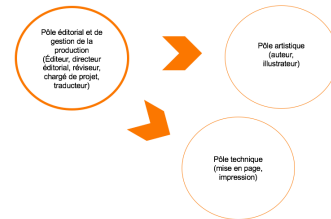
- 14 Afin de répondre aux besoins du domaine et de documenter les pratiques de production et de diffusion, nous avons utilisé trois méthodes de collecte des données : une recherche documentaire sur les enjeux ; un questionnaire général sur leurs besoins d'information et d'accompagnement ; des entretiens semi-dirigés avec des éditeurs, producteurs numériques, organismes de représentation et de diffusion sectoriels ayant été responsables du développement d'œuvres numériques multimodales et interactives pour jeunes publics. Dix représentants de sociétés ou d'organismes, dont la moitié avaient déjà produit un livre numérique pour enfants, ont été notamment sollicités et douze entretiens ont été réalisés. Bien que notre échantillon soit modeste, il permet de dégager des enjeux à creuser pour mieux outiller nos partenaires producteurs.
- 15 Les entretiens semi-dirigés<sup>3</sup>, tout comme les observations de terrain réalisées dans le cadre de l'accompagnement de projets spécifiques, ont mené à identifier une série de points de rupture qui viennent mettre à mal, ou freiner, les ambitions et les démarches de développement, production, diffusion et réception des contenus numériques jeunesse au Québec.
- 16 Le graphique ci-dessous rassemble autour des trois pôles de production, de diffusion et de réception de la littérature numérique pour la jeunesse les points de rupture identifiés suites aux deux années de consultation des milieux de l'édition et de l'éducation.
- 17 Nous présentons par la suite les résultats préliminaires sur les trois premiers enjeux documentés, soit la méconnaissance des métiers de la production numérique jeunesse, la difficulté pour les producteurs de contenus numériques jeunesse d'accéder aux avenues traditionnelles de découvrabilité de la littérature jeunesse, et enfin, la nécessité de mieux connaître les pratiques des jeunes lecteurs en contexte numérique.

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 6 sur 28

## Un enjeu lié à la méconnaissance des métiers impliqués en production de contenus numériques narratifs jeunesse

- 18 En production numérique, les rôles et les compétences nécessaires au développement de projets sont multiples et éclectiques. Selon nos observations et entretiens, en fonction de la complexité de l'objet produit, une équipe de création numérique peut compter plusieurs dizaines de personnes ayant des expertises diverses, ce qu'il est parfois difficile d'envisager, de comprendre et de gérer pour des éditeurs issus de l'édition traditionnelle. Musiciens, animateurs, concepteurs sonores, développeurs, ergonomes, graphistes, et autres, viennent s'ajouter aux expertises classiques de l'édition jeunesse, telles celles des auteurs et des illustrateurs. Certaines professions émergent également : ainsi, les architectes narratifs, dont le rôle est de s'assurer de la cohésion des composantes technologiques et artistico-littéraires, deviennent des piliers centraux, situés entre la création artistique, la gestion et le développement. Faire interagir une telle multiplicité d'acteurs et créateurs engendre parfois des tensions et des problèmes de communication (Després-Lonnet, Bolka-Tabary & al., 2016), qui peuvent désarçonner des éditeurs traditionnels. De surcroît, les méthodologies de travail, les outils ou encore les savoir-faire peuvent, toujours selon nos observations et entretiens, différer pour beaucoup entre l'édition traditionnelle et la production numérique.
- 19 De nouvelles configurations de travail, individuelles comme collaboratives, émergent et demandent des ajustements dans les démarches de **gestion** (éditoriale, financement, direction de projet, etc.), de création **artistique** (textes, images, musique, effets sonores, narration), de **conception** (ergonomie, architecture narrative), de développement **technique** (programmation, tests, etc.), ou encore de réflexion **pédagogique** (conseil pédagogique, recherche).
- 20 Les différents acteurs sont ainsi amenés à identifier les composantes et les limites de leurs expertises, et à collaborer, en s'appropriant des dynamiques de travail souvent éloignées des leurs. Opérant conjointement, dans la très grande majorité des cas, l'ensemble des membres de l'équipe de création se trouve à participer à la démarche artistique et littéraire, en ayant un impact créatif sur le résultat final. D'ailleurs, il est



intéressant de noter qu'au sein même des catégories traditionnellement associées au pôle éditorial de la gestion et de la production, au pôle artistique et au pôle technique, les rôles se mélangent. Ainsi, certains de nos interlocuteurs, parmi lesquels Christian Lebel, directeur technologique chez Akufen et La boîte à pitons, ont évoqué la notion de « développeurs créatifs », par laquelle il reconnaissent pleinement une démarche créative aux équipes techniques :

On a aujourd'hui des creative coders, des développeurs créatifs. Maintenant les programmeurs sont aussi créatifs que les designers, parce qu'eux peuvent modifier les technologies existantes pour faire quelque chose qu'elles ne faisaient pas à la base. Ça c'est de la création aussi. (voir citations-clés, module métiers : <https://lab-yrinthe.ca/edition/metiers>)

- 21 Dans le milieu de l'édition jeunesse papier, la démarche de production implique une interaction entre pôle éditorial, pôle artistique et pôle technique, le pôle éditorial se plaçant comme chef d'orchestre.
- 22 En revanche, en milieu numérique, la configuration de travail se complexifie, de nouveaux acteurs, non présents en édition traditionnelle, se trouvant impliqués dans la démarche de création :
- 23 Cinq pôles semblent notamment mobilisés :

- **Le pôle éditorial et de gestion de la production** (dans lequel sont impliqués à la fois l'éditeur, le directeur éditorial, le réviseur, le traducteur, le directeur de la production numérique et le chargé de production) gère et encadre les dimensions artistiques, pédagogiques, techniques et de conception. Ce pôle agit en tant que « chef d'orchestre » de la production. À ce titre, il est garant, entre autres, de l'établissement et de la gestion des échéanciers et des budgets, de la définition des stratégies de mise en marché et de développement stratégique. Par ailleurs, les décisions du pôle éditorial sont influencées par les réalités et les besoins des pôles sus-cités. La conception et la gestion de la production sont donc en constante transformation en

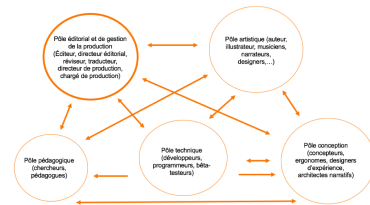


Figure 2

conception et la gestion de la production sont donc en constante transformation en fonction des défis rencontrés par les autres pôles et peu anticipables.

· **Le pôle artistique**, dans une production numérique, inclut des figures professionnelles non présentes en édition traditionnelle, comme les musiciens et les concepteurs d'effets sonores, les comédiens (dans le cas de la présence d'une narration préenregistrée au sein de l'œuvre) ou encore les designers (en charge, au-delà de l'aspect graphique et de direction artistique, de la lisibilité des contenus). Ce pôle est en interaction constante avec les pôles éditorial, de conception et technique. En effet, l'œuvre doit à la fois répondre à l'intention créative et commerciale énoncée par le pôle éditorial, s'insérer dans les cadres d'architecture narrative et d'ergonomie posés par le pôle de conception, et s'avérer viables sur les plans technique et budgétaire. Des allers-retours constants entre les trois groupes deviennent ainsi nécessaires, afin d'évaluer et ajuster les différents choix conceptuels, techniques et artistiques, ainsi que leurs tâches et livrables. Martine Sousse, productrice française de projets de bande dessinée numérique pour adolescents, énonce ainsi :

Les auteurs, les illustrateurs, les chercheurs, on les questionne sans arrêt. Et sans arrêt on remet le travail sur l'ouvrage, parce qu'on sait bien qu'on est en train de construire une matière qui est vraiment en émergence. Donc, le rôle du chef d'orchestre, l'éditeur, c'est vraiment aller sentir toutes les sensibilités, les faire chanter ensemble et puis, à un moment donné, arriver à la bonne... Partir d'une partition, la faire bouger, arriver au bon rendu. Ça, c'est un travail de remise en cause permanente (Sousse, 2019).

- 24 De ce fait, les auteurs et illustrateurs, en contexte numérique, voient souvent leur rôle désacralisé et estiment que, comparativement à la grande majorité des productions traditionnelles, leur implication dans le résultat final est plus proche de celle de fournisseurs de service que de créateurs. Martine Sousse, par exemple, affirme :

Lorsque l'on travaille avec un auteur, c'est vraiment une position particulière, qui nous interroge

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 9 sur 28

beaucoup. On a tout de suite identifié qu'il fallait un architecte narratif [dans notre processus de production]. Mais, à un moment, le binôme [illustrateur - auteur] existait, et le binôme n'entendait pas, je pense, l'arrivée d'une troisième personne, qui, du coup, les bridait dans leur créativité. Dans la relation d'auteur-illustrateur, il y a quelque chose d'un peu sacré, il ne faut pas y toucher. L'auteur a tous les droits, l'illustrateur a tous les droits, de produire quelque chose, la forme originale qui sort de son imagination. Et, en l'occurrence, avec un produit qui intègre de l'interaction, des fonctionnalités, de la discussion, de tout ce qu'on a dit, il faut en accepter le cadre. Et le cadre est bridant. Il est créatif et bridant (Sousse, 2019).

- 25 Les membres du pôle artistique doivent ainsi se mettre au service de l'œuvre, mais aussi d'une équipe complète de production, qui a des réalités de travail et des contraintes diversifiées. - **Le pôle conception** rassemble les professionnels qui pensent, élaborent et structurent l'expérience globale de l'œuvre. Il comprend, dans la grande majorité des cas, des concepteurs, des ergonomes, plus généralement appelés designers d'expérience<sup>4</sup> et les architectes narratifs<sup>5</sup>. Le pôle conception est impliqué plus spécifiquement en début de production, lorsque vient le moment d'établir les lignes directrices du travail. Il est notamment amené à collaborer de manière étroite avec l'ensemble des autres pôles, afin d'établir le cadre d'une œuvre qui soit à la fois au service de l'intention créative, réaliste en termes techniques et budgétaires, pertinent sur le plan pédagogique et intéressant sur le plan artistique. Au fil de la production, le pôle conception peut devoir remettre en cause ses analyses initiales, notamment si des opportunités ou des pertes de financement viennent modifier les réalités budgétaires du projet, si des contraintes techniques s'avèrent difficilement surmontables, ou encore si des idées spécifiques et pertinentes émergent postérieurement à la phase de conception. - **Le pôle technique** rassemble les développeurs et programmeurs du projet. Il est intéressant de noter que, tel que nous l'avons déjà mentionné, le pôle technique a souvent un impact créatif. Il est en contact régulier avec les autres pôles, avec qui il interagit pour s'assurer à la fois de la pertinence des choix techniques au regard de l'expérience envisagée, des réalités budgétaires et d'échéancier, de la stratégie de mise en marché, et autres. - **Le pôle pédagogique**, enfin, n'est pas systématiquement présent dans les productions. Lorsqu'il l'est, il rassemble généralement des chercheurs en éducation et/ ou des enseignants consultants, dont la mission est à la fois de s'assurer d'une cohérence de l'expérience proposée avec

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 10 sur 28

l'intention pédagogique et l'âge des publics visés, voire des programmes scolaires et de la réalité d'usage des enseignants.

- 26 Cette multiplication des rôles et l'imbrication complexe des relations de travail entre les différents pôles vient placer l'aspect collaboratif au cœur des productions. La hiérarchie décisionnelle est bousculée et les lignes éditoriales, artistiques et conceptuelles sont en redéfinition constante, en fonction des contraintes et des besoins. Cette complexité et cette nécessité d'expertises diversifiées exigent souvent des éditeurs jeunesse l'externalisation d'une partie de la production. Ainsi, l'ensemble des éditeurs jeunesse avec qui nous avons pu nous entretenir a eu soit à embaucher des pigistes, dans une minorité de cas, soit à collaborer avec des studios de production, pour la grande majorité. Les éditions Fonfon, par exemple, ont collaboré avec une chargée de projet numérique, et se sont adjoint les services du studio de création numérique Akufen. Les éditions de La Pastèque, elles, ont travaillé avec une productrice numérique issue de l'univers du jeu et collaboré avec le studio de création Dpt. Télé-Québec s'est appuyé sur l'entreprise de ressources numériques scolaires Challenge U ainsi que sur une conseillère pédagogique chargée du suivi du projet. Le laboratoire français LIRDEF a lui aussi été fortement mobilisé dans les étapes de scénarisation de Linum, un logiciel d'enrichissement d'œuvres numériques jeunesse, réalisé en collaboration avec les entreprises Tralalère (producteur numérique) et Bayard (éditeur jeunesse).
- 27 Il est d'ailleurs intéressant de noter que, même pour ceux qui avaient pris la décision de travailler majoritairement avec des ressources internes, le besoin d'externaliser certaines étapes de la production a rapidement émergé. Ainsi, Jonathan Bélisle, scénariste de la production Wuxia le Renard, énonce :

Je me suis rendu compte que j'étais un scénariste, et non un écrivain. Donc, j'ai engagé Charles Prémont, auteur de livres jeunesse et lui ai demandé de m'aider à écrire. Il y a 5 ans, je n'étais pas prêt avec cette idée-là. (Bélisle, 2018)

- 28 L'externalisation de l'ensemble ou d'une partie de la production peut créer chez les

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 11 sur 28

éditeurs un sentiment de perte de contrôle sur l'œuvre et le processus, dont ils ne maîtrisent pas forcément les méthodes et les dynamiques. Par ailleurs, entre les pôles eux-mêmes, lorsque sont combinées les expertises de plusieurs acteurs, un fonctionnement en silo peut s'instaurer, les différentes entités ne disposant pas nécessairement des codes et du langage des autres. Ainsi, est apparue à plusieurs reprises au cours de nos entretiens la nécessité de disposer de « passeurs » habiles avec deux ou plusieurs langages de pôles d'expertises différents dans la production, afin de faciliter la communication et l'intercompréhension : un chercheur ayant une expertise de production numérique peut, par exemple, faire le lien entre les pôles pédagogiques et éditoriaux, ou encore un artiste ayant une connaissance des outils techniques peut faciliter la collaboration entre le pôle artistique et les pôles techniques et de conception.

## Un enjeu lié à la difficulté d'accéder aux avenues traditionnelles de découvrabilité offertes en littérature jeunesse

- 29 Un deuxième enjeu qui a émergé lors de entretiens avec les éditeurs concerne la découvrabilité des œuvres numériques.
- 30 Définie dans *l'État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels* (Québec, 2017, p. 28) comme « la capacité d'un contenu culturel de se laisser découvrir aisément par le consommateur qui le recherche et de se faire proposer au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence », la découvrabilité est encore relativement peu étudiée, surtout en ce qui a trait aux contenus québécois. Le laboratoire de recherche québécois LATICCE (Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique), créé en mars 2018 au sein de l'Université du Québec à Montréal, s'intéresse essentiellement aux produits audios et audiovisuels québécois, avec un focus spécifique sur les espaces et méthodes de découvrabilité en ligne. Il n'existe pourtant aujourd'hui pas de projet équivalent pour le domaine du livre numérique, ou des applications numériques jeunesse.
- 31 Pourtant, la découvrabilité est un enjeu majeur pour les producteurs de livres numériques

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 12 sur 28

non-homothétiques jeunesse, aussi bien en ce qui concerne l'accès aux espaces traditionnels de contact avec les publics qu'en ce qui concerne l'usage des métadonnées dans leur secteur. Contrairement aux travaux du LATICE, nous n'abordons ici que la question des espaces traditionnels, la question des métadonnées dans le domaine de la littérature numérique jeunesse non-homothétique étant encore en phase de documentation et d'analyse dans le cadre de notre recherche. La problématique de l'accès aux espaces traditionnels de découvrabilité est en effet apparue comme la plus prégnante dans les questionnements des éditeurs et producteurs interrogés au cours de notre recherche.

- 32 Cette préoccupation des éditeurs et des producteurs est liée à l'important volume de productions numériques jeunesse sur les plateformes en ligne. En effet, dans la grande majorité des cas rencontrés dans le cadre de notre recherche, les livres numériques non-homothétiques jeunesse font l'objet d'une mise en ligne via les plateformes Apple ou Google Play, sous forme d'applications mobiles. Ces plateformes internationales « noient » les contenus qui y sont proposés à travers un océan de publications dont l'accès n'est permis que par une recherche par filtre relativement limitée, ou par une connaissance directe de l'œuvre recherchée.
- 33 Pour sortir du lot, les producteurs de contenus numériques jeunesse ont ainsi peu de voies disponibles : miser sur une stratégie de référencement agressive, investir massivement en promotion ou bien se concentrer sur les avenues traditionnelles de découvrabilité de la littérature jeunesse. Les deux premières solutions semblent peu abordables pour les producteurs indépendants québécois, en ce qu'elles nécessiteraient à la fois une connaissance des marchés, usages et techniques encore peu documentés dans le secteur et des budgets importants en promotion. La troisième semble être, selon nos observations et entretiens de recherche, la voie privilégiée par les acteurs interrogés, car c'est celle qui leur est la plus familière et la plus accessible. Ces professionnels se rabattent donc sur ce qu'ils connaissent, soit les avenues traditionnelles de promotion et de contact avec les lecteurs.
- 34 Ces avenues sont, pour les principales, les espaces physiques de vente (librairies, salons du livre, boutiques, festivals), les bibliothèques publiques et scolaires, les recommandations institutionnelles et enfin les plateformes médiatiques de conseil aux

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 13 sur 28

lecteurs (médiats généralistes et spécialisés). Mais dans un contexte de production numérique jeunesse, l'accès à l'ensemble de ces avenues se complexifie.

- 35 Par exemple, en librairies, tout comme lors des salons du livre ou des festivals, la mise en avant de productions numériques rencontre de nombreux freins, notamment techniques. En effet, il est impossible d'envisager des ventes directes de contenus numériques sur ces espaces physiques de vente, les systèmes d'exploitation Apple comme Android ne permettant pas encore la gestion de ventes numériques directes. Cette impossibilité technique vient également empêcher la réalisation d'un des facteurs d'acquisition les plus fréquents, soit l'achat d'impulsion : si le lecteur de passage peut s'y procurer, sans grande difficulté ou investissement important, un ouvrage papier dont la couverture, ou le rapide feuilletage, attise sa curiosité, il n'en sera pas de même pour un produit numérique. En effet, la découverte d'une application lors d'une visite au Salon du livre de Montréal, par exemple, nécessite pour la personne intéressée d'utiliser son appareil mobile, d'y localiser l'application au sein des plateformes, de s'assurer d'être en présence du bon contenu, puis de passer à l'acte d'achat (nécessitant le plus souvent de rentrer son mot de passe personnel) et enfin, de télécharger le contenu. Autant d'étapes qui, souvent, peuvent décourager ou bien reporter (jusqu'à son oubli) l'acte d'achat envisagé.
- 36 Les bibliothèques publiques comme scolaires, quant à elles, ne sont pas encore en mesure, pour des raisons techniques, de prêter des applications, et ce même si depuis quelques années s'y développent de manière exponentielle des heures du conte numérique et des ateliers d'initiation, ainsi que des espaces de consultation sur place des applications triées sur le volet pour les tablettes d'établissement. En effet, les systèmes d'exploitation Apple comme Android n'offrent pas de possibilité de prêt, bloquant du même coup les éditeurs souhaitant faire découvrir leurs productions par la médiation de ces lieux publics<sup>6</sup>. Les marchés scolaires, sont, eux aussi, difficiles d'accès, du fait de l'hétérogénéité des équipements disponibles dans les classes (systèmes d'exploitation, nombre et types d'équipements) et de la difficulté pour les enseignants de trouver, sans accès direct à des recommandations pédagogiques, le bon contenu à utiliser en classe.
- 37 Enfin, pour le grand public, si quelques plateformes de recommandation existent, telles que la plateforme Popapp du Salon du livre et de la presse jeunesse de Montreuil, les sélections du média spécialisé la Souris Grise, ou encore le site Futur Livre (trois

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 14 sur 28



plateformes françaises, et non pas québécoises), peu d'interfaces en ligne permettent de faire un choix éclairé entre les différentes productions numériques jeunesse.

- 38 Cette difficulté à rejoindre les publics conduit de nombreux éditeurs jeunesse souhaitant proposer des productions numériques à les penser comme des « vitrines d'expertises » auprès d'autres professionnels ou bien à les envisager comme des éléments promotionnels de leurs productions traditionnelles. Nous avons ainsi constaté qu'une part importante des éditeurs jeunesse ayant fait le pas de la production numérique ont très rapidement, voire dès la réflexion stratégique de leur mise en marché, mis de côté le grand public comme public prioritaire, pour au contraire cibler les entreprises, les médias et les institutions. Leurs productions numériques deviennent ainsi, pour eux, des manières de démontrer leur capacité à marier harmonieusement création et innovation, et de ce fait même, leur aptitude à répondre à des appels d'offres privés ou publics de création de contenus innovants et pertinents pour la jeunesse, notamment dans les secteurs du dessin-animé, du jeu vidéo, du muséal et autres. Dans ce cadre, leurs particularités combinées de directeurs littéraires et artistiques possédant un réseau de créateurs québécois, canadiens et internationaux triés sur le volet qui ont fait la preuve de leur adresse et de leur flair en matière de production numérique jeunesse, et de surcroît, qui disposent d'un nom et d'une réputation de qualité, se révèlent des particularités recherchées par des clients plus fortunés et plus installés en média généraliste ou spécialisé jeunesse. À titre d'exemple, aujourd'hui, La Pastèque envisage un autre mode de distribution de son projet *Tout garni*, sous la forme d'une exposition interactive, et de deux autres projets, l'un de jeu vidéo sur mobile et l'autre de série d'animation. *Tout garni*, projet éditorial expérimental s'il en est, peut ainsi être interprété comme étant une vitrine des potentiels de création numérique de l'entreprise, qui affirme d'ailleurs être en train de développer un volet de production au sein de sa structure. Dans le même ordre d'idées, la mise en marché initiale du projet *Fonfon interactif* visait à la fois la vente d'applications auprès des publics directement et la vente de la solution technologique à d'autres entreprises médiatiques intéressées au développement du secteur jeunesse. Le second projet de La boîte à pitons, *Le club des créatures mystérieuses*, a quant à lui trouvé un écho en espace muséal, en Nouvelle-Zélande, via son coproducteur Yoozoo.
- 39 Pour d'autres éditeurs, le projet numérique devient non plus le cœur d'une production, mais plutôt un élément promotionnel, généralement rendu disponible gratuitement, pour

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 15 sur 28

mettre la lumière et ramener les acheteurs vers le livre imprimé, qui reste le maillon central de leurs projets. Ainsi, il est possible d'imaginer un complément de lecture en réalité augmentée ou des mini-jeux. Cette stratégie offre une clé de mise en marché distinctive pour le livre imprimé, tout en garantissant aux éditeurs le même accès aux avenues traditionnelles de découvrabilité.

## Un enjeu de connaissance des pratiques des jeunes lecteurs en contexte numérique

- 40 Un troisième enjeu est lié à la connaissance des usages des enfants, des parents et des enseignants. Avant même d'envisager les développements techniques ou les choix des supports, les producteurs de contenus numériques doivent s'interroger sur les horizons d'attentes de leur public, qu'il soit scolaire, familial, mixte, ou autre, et adapter les fonctionnalités de leurs créations aux intérêts et aux compétences des jeunes. Ainsi, les éditeurs estiment qu'une connaissance plus profonde des réalités, des modes d'utilisation et des processus d'appropriation des contenus littéraires de la part des jeunes publics leur permettrait de mieux s'assurer de la pertinence de leur offre.
- 41 Les œuvres littéraires numériques, tant celles destinées à la jeunesse qu'à d'autres publics, remettent en question les attentes, les habitudes et les repères de la lecture. La technologie permet de reconfigurer le texte, sa matérialité et son organisation dans l'espace. De nouveaux gestes et actions permettent de varier les modes d'accès aux contenus, de développer des figures stylistiques et rhétoriques inédites, mais également de s'affranchir des limites de la page et du papier, en transformant le support et l'interface en un matériau littéraire plastique. C'est ainsi que plusieurs producteurs numériques – tel le créateur de *Wuxia le Renard* – ont choisi d'expérimenter les possibilités des narrations transmédiatiques, en mobilisant dans une seule création des albums papier, des baladodiffusions et des dispositifs de réalité augmentée.
- 42 Les producteurs considèrent même que la véritable plus-value du numérique pour la littérature jeunesse repose sur la qualité des interactions et des ressources multimodales proposées aux lecteurs, ainsi que sur la possibilité de leur conférer des rôles divers et

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 16 sur 28

signifiants. A ce propos, Véronique Fontaine s'interroge notamment sur la manière de solliciter l'implication des lecteurs et insiste sur l'importance d'exploiter les potentialités du numérique pour élaborer et développer des expériences créatives, signifiantes et immersives :

Il faut se demander comment le lecteur est impliqué dans l'histoire. Oui, il est impliqué dans une certaine limite en cliquant et en ayant accès à des animations, mais il ne faut pas que cela reste superficiel. C'est ce qui fait que notre plateforme de création marche mille fois plus. (Fontaine, 2018)

- 43 Pourtant, à ce jour, bien que de nombreuses études aient ciblé le rapport des jeunes lecteurs avec les textes numériques et avec les différents supports de lecture, les données concernant la manière dont ils lisent, comprennent, réagissent et manipulent les textes fictionnels numériques sont éparses et controversées. Selon la revue de littérature d'Acerra (2020), ainsi que selon les méta-analyses de Takacs, Swart et Bus (2015), il est difficile d'évaluer les bénéfices et les inconvénients liés à l'utilisation d'éléments multimodaux et interactifs dans un texte numérique pour la compréhension, l'interprétation, l'apprentissage du vocabulaire, l'appréciation et l'engagement dans la lecture, car les variables liées aux caractéristiques des lecteurs et aux contextes expérimentaux sont très nombreuses. De même, les discours institutionnels tout comme sociétaux alternent une attention pour les objets littéraires numériques, qu'ils jugent importants pour la formation littéraire des jeunes, à des préoccupations liées à l'utilisation excessive des écrans ou à la désaffection pour la lecture, que les nouvelles formes littéraires pourraient accroître.
- 44 Confrontés à des discours sociétaux et des données scientifiques très contrastés, les éditeurs se sentent démunis, notamment quand la réflexion porte sur le milieu scolaire, dont les spécificités et les variables leur échappent :

Mais ne sommes pas des spécialistes en éducation. Nous sommes des spécialistes en

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 17 sur 28

production et en connaissances de public. Il y a des milieux qui sont beaucoup plus faciles à comprendre que celui de l'éducation. Pas juste en termes de connaissances mais en termes de structure. (Racine & Têlé-Québec, 2018)

- 45 Dès lors, leurs démarches créatives traduisent, au-delà des préoccupations pour la qualité des contenus proposés, ainsi que pour le développement cognitif, affectif et social de l'enfant, une tendance à jongler entre le désir d'innover (en termes de technologies, d'expériences proposées, ou d'articulations modales) et celui de reproduire des modes de lecture et de questionnement des textes qu'ils connaissent ou qu'ils pensent adaptés aux milieux de destination. Ainsi, d'une part, ils cherchent à créer une expérience de lecture qui valorise et exploite les spécificités du numérique et les propriétés des dispositifs technologiques. D'autre part, ils tendent à reproduire un imaginaire classique et assez standardisé de la lecture et de la rencontre avec le texte littéraire. Les préoccupations pour le développement cognitif de l'enfant, pour son entrée en lecture et pour sa formation littéraire se traduisent, par exemple, par l'intégration quasi-systématique de fonctionnalités d'aide au déchiffrement (surlignages, reproductions sonores, découpages syllabiques, etc.), d'exercices de compréhension du texte ou de contenus paratextuels à visée informative ou documentaire (Louichon & Acerra, 2018).
- 46 Par ailleurs, si se dégage, chez les éditeurs d'œuvres numériques pour la jeunesse, la tendance à reproduire, d'une application à l'autre, un couplage médiatique, un ensemble de fonctionnalités ou de propositions graphiques. Si cette procédure peut être attribuée au besoin de rentabiliser les coûts de développement et de production, voire à la volonté de présenter une identité forte au sein d'un marché foisonnant, elle expose au risque de banaliser et d'industrialiser le corpus, en nuisant, par-là, à l'expérience de lecture. Selon de nombreuses recherches (McKechnie & Schreurs, 2017 ; Ciampa, 2014 ; Ciampa, 2016 ; Moody, Justice & al., 2010), en effet, l'appréciation des enfants et leur goût pour les contenus numériques sont associés à la possibilité d'accéder à une expérience artistique et littéraire inédite, qui fait appel tant à leur intelligence et à leur sensibilité qu'à un ensemble de curiosités sensorielles et gestuelles moins fréquemment exploitées lors de la rencontre avec le texte littéraire analogique. Dans cette perspective, les éléments multimodaux et interactifs du texte sont cruciaux. Ils contribuent à déterminer la perception de l'œuvre

<http://livre-defi-design.arcanes.ca/developpement-edition-numerique-jeunesse-pratiques-au-quebec/>

Page 18 sur 28

numérique comme étant dynamique, vivante et ludique, mais également comme plus accessible et compréhensible. Ils offrent par ailleurs l'occasion d'un échange physique et immédiat avec le monde fictionnel, que l'enfant peut interroger, manipuler, explorer. De plus, l'apparat de fonctionnalités d'aide et de différenciation potentiellement inclus dans une œuvre numérique rassure et responsabilise les jeunes lecteurs, en leur permettant d'autoréguler l'approche du texte en fonction de leurs besoins et difficultés. La répétition d'un même schéma pourrait au contraire devenir lassante et contre-productive pour un engagement durable avec la création littéraire numérique.

- 47 D'autre part, la quantité et la qualité des enrichissements numériques semblent avoir un impact direct sur les performances des élèves et sur leur perception de l'expérience de lecture. Plusieurs recherches ont étudié les effets provoqués par certaines de ces caractéristiques (telles l'interactivité, la présence de ressources multimodales ou d'éléments hypertextuels) sur la compréhension, la mémorisation, les apprentissages langagiers et l'appréciation de l'expérience de lecture, en montrant que les performances des lecteurs tendent à être endommagées par une utilisation incohérente et peu signifiante, d'un point de vue narratif, des éléments multimodaux et interactifs ( Kao, Tsai & al., 2016 ; Segers, Nooijen & al., 2006 ; Smeets & Bus, 2014 ; Jong & Bus, 2002 ; Jong & Bus, 2004 ; Dalla Longa & Mich, 2013 ; Sheppard, 2011) . Par exemple, l'identification des fonctions sémiotiques des sons, des images, des interactions dans le récit est plus difficile lorsque ces derniers sont strictement décoratifs. Il en va de même pour les actions et les gestes qui servent à déterminer l'activation des suites prévues et qui ne sont pas nécessairement analysés en rapport au contexte de leur déploiement.
- 48 Dès lors, les concepteurs savent qu'il est nécessaire d'expérimenter et de miser sur le potentiel poétique et rhétorique des combinaisons modales, médiatiques et technologiques, non seulement pour continuer de développer l'offre de créations contemporaines, mais également pour accompagner la formation et le développement des jeunes lecteurs. L'exigence d'accéder à des versions à jour et vulgarisées des expériences scientifiques menées avec des jeunes lecteurs, en contexte privé comme scolaire, s'avère donc primordiale.

## Conclusion

- 49 Notre recherche entend contribuer à outiller les acteurs québécois du domaine de l'édition jeunesse dans leur expérimentation des potentiels du numérique. Elle cherche à soutenir les créateurs de livres numériques et à développer de meilleurs mécanismes de soutien pour les acteurs publics, ainsi que, ultimement, à contribuer au développement d'une offre numérique québécoise riche et pertinente pour les jeunes publics.
- 50 Nos observations révèlent de nombreux points de rupture qui découlent des difficultés des acteurs du milieu et freinent le développement et la diffusion des œuvres numériques. Elles révèlent en même temps des dynamiques et des conditions favorables au développement de nouvelles pratiques de production, diffusion et réception, qui pourraient au contraire accélérer la production.
- 51 Par ailleurs, les investissements publics annoncés récemment dans les secteurs de la culture, de l'éducation et de l'enseignement supérieur, lesquels visent à soutenir la transformation numérique au Québec, pourraient faire avancer le domaine dans les années à venir. Nous croyons donc qu'il convient, désormais, de s'assurer de la mise en place de mesures concrètes d'accompagnement des différents acteurs, ce à quoi nous entendons contribuer.
- 52 En avril 2021, l'équipe de recherche ayant mené à bien le projet de recherche *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec à partir de pratiques favorables de production, diffusion et réception* a mis en ligne le site [Lab-yrinthe.ca](http://lab-yrinthe.ca), présentant les résultats à destination des professionnels de l'édition jeunesse et de l'éducation. Le site propose par ailleurs une sélection d'œuvres numériques francophones pensées pour les jeunes publics ainsi qu'une veille d'activités, de publications et d'événements. Le site sera mis à jour régulièrement au fil des prochaines années, afin de constituer une ressource fiable et actualisée pour toute personne intéressée à mieux connaître, à produire des contenus numériques pour les jeunes ou à en utiliser dans le cadre de projets pédagogiques.

## Bibliographie

**Acerra (2020)**

Acerra, E. (2020). Lire les lecteurs numériques : d'une synthèse des recherches à une expérience de lecture d'application littéraire en classe de CM1-CM2. *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale*, 12. <https://doi.org/10.7202/1073681ar>

**Bayam (s.d.)**

Bayam (s.d.). Consulté à l'adresse <https://bayam.tv/fr/>

**(S.A.) (2020)**

(S.A.). (2020). . Société Radio-Canada. Consulté à l'adresse <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7105/sarah-maude-beauchesne-adolescence-journal-intime>

**Bélisle (2018)**

Bélisle, J. (2018). *Communication personnelle*.

**Després-Lonnet, Bolka-Tabary & Thiault (2016)**

Després-Lonnet, M., Bolka-Tabary, L. & Thiault, F. (2016). Co-conception d'un webdocumentaire avec des femmes éloignées de l'emploi. Dans Kiyindou, A. & Damone, E. (Eds.), *Terminaux et environnements numériques mobiles dans l'espace francophone...* L'Harmattan. Consulté à l'adresse <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01614058>

**Bouchardon (2014)**

Bouchardon, S. (2014). *La valeur heuristique de la littérature numérique* (Hermann).

**(S.A.) (2020)**

(S.A.). (2020). . Société Radio-Canada. Consulté à l'adresse <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7776/histoire-enfant-sommeil-dormir-bebe>

**Ciampa (2014)**

Ciampa, K. (2014). Learning in a mobile age : an investigation of student motivation : Learning in a mobile age. *Journal of Computer Assisted Learning*, 30(1). 82–96. <https://doi.org/10.1111/jcal.12036>

**Ciampa (2016)**

Ciampa, K. (2016). Motivating Grade 1 Children to Read : Exploring the Role of Choice, Curiosity, and Challenge in Mobile Ebooks. *Reading Psychology*, 37(5). 665–705.

<https://doi.org/10.1080/02702711.2015.1105337>

**La boîte à pitons & Yoozoo (s.d.)**

La boîte à pitons & Yoozoo (s.d.). Consulté à l'adresse <http://www.clubdescreaturesmysterieuses.com/fr/accueil>

**(S.A.) (2018)**

(S.A.). (2018). . Société Radio-Canada. Consulté à l'adresse <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/4815/elkapoutchi#a-propos>

**Dalla Longa & Mich (2013)**

Dalla Longa, N. & Mich, O. (2013). *Do animations in enhanced ebooks for children favour the reading comprehension process? : a pilot study*. ACM. <https://doi.org/10.1145/2485760.2485885>

**De Haro (2011)**

De Haro, S. (2011). Plaidoyer pour une littérature augmentée. OWNI. Consulté à l'adresse <http://owni.fr/2011/02/16/plaidoyer-pour-une-litterature-augmentee/>

**Jong & Bus (2002)**

Jong, M. & Bus, A. (2002). Quality of book-reading matters for emergent readers : An experiment with the same book in a regular or electronic format. *Journal of Educational Psychology*, 94. 145–155. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.94.1.145>

**Jong & Bus (2004)**

Jong, M. & Bus, A. (2004). The Efficacy of Electronic Books in Fostering Kindergarten Children's Emergent Story Understanding. *Reading Research Quarterly - READ RES QUART*, 39. 378–393. <https://doi.org/10.1598/RRQ.39.4.2>

**Dredge (2015)**

Dredge, S. (2015). *Children's apps maker Toca Boca gets into video with Sesame Street veteran*. Consulté à l'adresse <http://www.theguardian.com/technology/2015/apr/17/childrens-apps-toca-boca-video-sesame-street>

**La boîte à pitons (s.d.)**

La boîte à pitons (s.d.). Consulté à l'adresse <http://www.laboiteapitons.com/fonfon/>

**Fontaine (2018)**

Fontaine, V. (2018). *Communication personnelle*.

#### France Télévisions (2020)

France Télévisions(2020). Consulté à l'adresse <https://www.lumni.fr/>

#### Québec (2017)

Québec, I.(2017). Consulté à l'adresse <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/etat-lieux-metadonnees.html>

#### Hallo Architekt (2014)

Hallo Architekt(2014). Consulté à l'adresse <https://www.wuxiathefox.com>

#### Kao, Tsai, Liu & Yang (2016)

Kao, G., Tsai, C., Liu, C. & Yang, C. (2016). The effects of high/low interactive electronic storybooks on elementary school students' reading motivation, story comprehension and chromatics concepts. *Computers & Education*, 100. 56–70. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.04.013>

#### Laborderie, Jeantet & Hellégouarc'h (2018)

Laborderie, A., Jeantet, C. & Hellégouarc'h, P. (2018). Remédier le patrimoine littéraire à travers le livre enrichi : quelles expériences de lecture ? *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale*, 8. <https://doi.org/10.7202/1050941ar>

#### (S.A.) (2020)

(S.A.). (2020). Société Radio-Canada. Consulté à l'adresse <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7498/inventions-canada-decouvertes-sports-histoire>

#### (2014)

(2014). Smartphones, tablettes, consoles pour enfants : 2014, l'année numérique folle. La Souris Grise. Consulté à l'adresse <http://souris-grise.fr/2014-le-temps-des-annees-numeriques-folles/>

#### Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique (2018)

Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique(2018). Consulté à l'adresse <https://wiki.uqam.ca/display/CEIMLAT/Accueil+LATICCE>

#### Lieutier (2016)

Lieutier, P. (2016). Creating to Learn, One Story After Another [Blogue]. The Joan Ganz Cooney Center. Consulté à l'adresse <http://joanganzcooneycenter.org/2016/04/12/creating-to-learn-one-story-after-another/>

#### Lieutier & Lacelle (2020)

Lieutier, P. & Lacelle, N. (2020). *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec à partir de pratiques favorables de production, diffusion et réception*.

#### Louichon & Acerra (2018)

Louichon, B. & Acerra, E. (2018). Remédiatisations du livre dans les applications hypermédiatiques de littérature pour la jeunesse. *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale*, 8. <https://doi.org/10.7202/1050934ar>

#### Mathys, Tanguay, Ruel, Désormiers & Dubé-Morneau (2020)

Mathys, C., Tanguay, P., Ruel, M., Désormiers, L. & Dubé-Morneau, S. (2020). *Plus proche, plus vaste, plus rapide. Rapport annuel du Fonds des médias du Canada sur les tendances dans l'industrie audiovisuelle*. Fonds des médias du Canada Consulté à l'adresse <https://cmf-fmc.ca/fr/futur-et-medias/rapports-de-recherche/tendances-2020-industrie-audiovisuelle-interactive/>

#### McCrinkle, Fell & Buckerfield (2020)

McCrinkle, M., Fell, A. & Buckerfield, S. (2020). *Generation alpha: understanding our children and helping them thrive*. McCrinkle Research.

#### McKechnie & Schreurs (2017)

McKechnie, L. & Schreurs, K. (2017). "Every single one is my favourite" (Theo, 4 years): Children's Experiences and Perceptions of E-Book Reading. *OCLC/ALISE research grant report published electronically by OCLC Research*. 22. Consulté à l'adresse <http://www.oclc.org/content/dam/research/grants/reports/2014/mckechnie2014.pdf>

#### Mediavilla (2018)

Mediavilla, L. (2018). Dix ans après sa création, les numéros fou dans l'App Store. Newbeez (initialement Les Échos). Consulté à l'adresse <https://newsbeez.com/france/dix-ans-apres-sa-creation-les-numeros-fou-dans-l-app-store/>

**Moody, Justice & Cabell (2010)**

Moody, A., Justice, L. & Cabell, S. (2010). Electronic versus traditional storybooks: Relative influence on preschool children's engagement and communication. *Journal of Early Childhood Literacy*, 10(3), 294–313. <https://doi.org/10.1177/1468798410372162>

**Paulson (2018)**

Paulson, A. (2018, 5/1). Consulté à l'adresse <https://www.clubic.com/play-store/actualite-843381-app-store-nombre-apps-recul-2017.html>

**Perrin-Doucey & Acerra (2018)**

Perrin-Doucey, A. & Acerra, E. (2018). Linum : un projet numérique pour interroger l'enseignement de la lecture littéraire. *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1050936ar>

**Poirier & Genêt (2014)**

Poirier, P. & Genêt, P. (2014). Chapitre 1. La fonction éditoriale et ses défis. Dans Vitali-Rosati, M. & Sinatra, M. (Eds.), *Pratiques de l'édition numérique*. (pp. 15–29). Presses de l'Université de Montréal. Consulté à l'adresse <http://books.openedition.org/pum/312>

**Racine & Télé-Québec (2018)**

Racine, C. & Télé-Québec (2018). *Communication personnelle*.

**Radio-Canada (2020)**

Radio-Canada (2020). Consulté à l'adresse <https://ici.radio-canada.ca/ohdio>

**(S.A.) (2020)**

(S.A.). (2020). Société Radio-Canada. Consulté à l'adresse <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7778/debrouillards-science-jeunesse-experience-apprendre-enfants>

**Schreurs (2013)**

Schreurs, K. (2013). Children's Experiences and Perceptions of E-Book Reading. 22.

**Segers, Nooijen & Moor (2006)**

Segers, E., Nooijen, M. & Moor, J. (2006). Computer vocabulary training in kindergarten children with special needs. *International Journal of Rehabilitation Research. Internationale Zeitschrift Fur Rehabilitationsforschung. Revue Internationale De Recherches De Readaptation*, 29(4), 343–345. <https://doi.org/10.1097/MRR.0b013e328010f4e0>

**Sheppard (2011)**

Sheppard, D. (2011). Reading with iPads – the difference makes a difference. *Education Today*, 3(11), 12–15.

**Smeets & Bus (2014)**

Smeets, D. & Bus, A. (2014). The interactive animated e-book as a word learning device for kindergartners. *Applied Psycholinguistics*, 36, 1–22. <https://doi.org/10.1017/S0142716413000556>

**Sousse (2019)**

Sousse, M. (2019). *Communication personnelle*.

**Statista (2017)**

Statista (2017). Consulté à l'adresse <https://fr.statista.com/statistiques/571454/nombre-d-applications-disponibles-sur-les-principaux-app-stores/>

**Takacs, Swart & Bus (2015)**

Takacs, Z., Swart, E. & Bus, A. (2015). Benefits and Pitfalls of Multimedia and Interactive Features in Technology-Enhanced Storybooks: A Meta-Analysis. *Review of Educational Research*, 85(4), 698–739. <https://doi.org/10.3102/0034654314566989>

**Télé-Québec (2021)**

Télé-Québec (2021). Consulté à l'adresse <https://tq-en-classe.web.app>

**Tobo (2020)**

Tobo (2020). Consulté à l'adresse <https://squat.telequebec.tv/dounia/episodes>

**Tobo (2019)**

Tobo (2019). Consulté à l'adresse <https://smala.family/fr/>

**La Pastèque (2017)**

La Pastèque (2017). Consulté à l'adresse <http://toutgarni.telequebec.tv>

**(S.A.) (2019)**

(S.A.). (2019). Arthur L'aventurier : une balade en balado. Consulté à l'adresse <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7101/arthur-laventurier-australie-animaux>

**Vissac (2018)**

Vissac, C. (2018). *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale*, 8

VISSAL, G. (2019). NAICES. *REVUE DE RECHERCHES EN MÉTIERS MÉDIATIQUE MULTIMÉDIAS*, 6.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1050943ar>

## Notes

1. Il est important de noter que cet article a été écrit avant le début de la pandémie de COVID-19. Il nous semble nécessaire de le préciser ici car, bien entendu, même si les conséquences à long terme ne peuvent pour le moment être évaluées, il est clair que la pandémie de COVID-19 et les mesures de protection sanitaire qui en découlent (fermeture des lieux culturels, fermeture des librairies voire bibliothèques selon les degrés de confinement, école à la maison, interdiction des rassemblements) ont eu pour conséquence un développement de la consommation de produits numériques dans l'ensemble de la population, jeunes publics compris.
2. Nathalie Lacelle, Marie-Christine Beaudry et Monique Lebrun (UQAM), Département de didactique des langues ; Sylvain Brehm (UQAM), Département d'études littéraires ; Moniques Richard (UQAM), École des arts visuels et médiatiques ; Vincent Bouchard-Valentine (UQAM), Département de musique ; Virginie Martel (UQAR-Lévis), Département des sciences de l'éducation ; Jean-Francois Boutin (UQAR-Lévis), Département des sciences de l'éducation ; Elaine Turgeon (UQAM), Département de didactique ; Eleonora Acerra (UQAT), Département des sciences de l'éducation.
3. L'analyse des entretiens avec les partenaires-consultants a été réalisée à l'aide du logiciel NVivo.
4. Les designers d'expérience sont en charge de la fluidité de l'expérience globale et d'apporter des réponses efficaces et bien conceptualisées aux questions suivantes : quel est le parcours de lecture que va mener l'utilisateur ? La forme numérique utilisée répond-elle bien à l'intention créative et aux réalités d'usage par les publics ? Les éléments invitant à l'action et à l'interaction sont-ils bien disposés et visibles ? La navigation est-elle simple et fluide, et permet-elle une appropriation agréable pour l'utilisateur ?
5. Les architectes narratifs sont en charge de la construction du fil narratif et de la combinaison des modes et interactions dans un tout cohérent, agréable, et fluide, ou encore, comme le dit Martine Sousse « celui qui donne des avis, dresse le cadre, définit le squelette, définit les balises de conception »
6. Cependant, le développement de nouveaux types de formats, plus interactifs et dynamiques, comme les Epubs 4, et leur intégration dans les dispositifs de prêts numériques en bibliothèques, pourraient devenir une voie intéressante à explorer pour les éditeur-trices, notamment jeunesse.

< [Page précédente](#)

[Page suivante](#)