

## Tinder : un design centré utilisateur ? La place de l'utilisateur en régime de swipe

Inès Garmon

Doctorante en Sciences de l'information et de la communication,  
GRIPIC, CELSA, Paris-Sorbonne

inesgarmon@hotmail.com

### Résumé

Cet article interroge la place de l'utilisateur au sein du design de l'application de *dating* géolocalisée *Tinder*. Il vise à analyser sa situation dans les pratiques réelles et réalisées de ce service et à engager une réflexion sur sa condition dans le design des dispositifs tactiles en prenant comme entrée leur gestuelle de manipulation. Lieu où se rencontrent des intérêts industriels et des subjectivités, les "Petits gestes" permettant la manipulation des écrans tactiles sont en effet au cœur de la relation concepteur/ objets/ usagers et d'une illusion à demi-consentie. Au-delà des formes sémiotiques, attractives et euphoriques, ce sont des formes économiques, politiques, culturelles, sociales et anthropologiques qui sont en jeu.

### Mots-clés

Design centré utilisateur, Design d'expérience, Swipe, Tinder, Petits gestes.

### Abstract

*Tinder: a user-centered design? The user's position within the swipe design* – This article questions the user's place within the design of the geolocalised dating app *Tinder*. It aims to analyse its situation in the real and achieved practices of this service as well as to provide a way of thinking about its condition in touch-screen devices' design, starting with their way of being manipulated. As they are relevant both for industrials and consumers, the "Small gestures" allowing manipulation of touch-screens are the core of the relationship between the conceptor / the objects / the users and of a half-consent illusion. Beyond semiotic and technical forms, attractives and euphorics, some new economical, political, cultural, social and anthropological forces are now involved.

### Keywords

User Centered Design, User experience, Swipe, Tinder, Small gestures.

### Sommaire / Content

1. Le design de nos micro-expériences de *digipulation* en question
  2. De l'exemplarité du *swipe*
  3. Un design qui enrôle l'utilisateur
  4. Une posture construite pour l'usager
  5. Une vision problématique du sujet
  6. Une remise en question de la figure mythique du designer
- Bibliographie

*La fin ou le but du design est d'améliorer ou au moins de maintenir l'habitabilité du monde dans toutes ses dimensions.*

Alain Findeli, « Préface » dans Vial 2015.

## 1. Le design de nos micro expériences de digipulation en question

Le design *centré utilisateur* est une des démarches les plus pratiquées aujourd'hui par les concepteurs d'applications mobiles. D'emblée, la question semble donc impertinente : la focalisation sur l'utilisateur, qui implique de l'intégrer au processus de développement et d'adopter son point de vue, lui propose une place centrale.

Se soucier de l'utilisateur lors de la conception d'un dispositif ne lui assure cependant pas une place toujours au centre dans les pratiques effectives de l'interface. Traversant des espaces divers, objets de pratiques et de discours, le design crée des effets de sens imprévus. Dès lors, l'investigation doit porter sur les circulations, appropriations et investissements sociaux du projet de design pour les mettre en perspective de l'utilisateur.

En passant ainsi des façons de faire des professionnels à celle des utilisateurs, la place ne se pense plus comme *focalisation* mais comme rôle et comme fonction, comme condition et comme vision, et comme ambition. Ce texte propose donc une réflexion autour de la *situation* de l'utilisateur en régime numérique interfacé. Il ne s'agit pas de remettre en cause la démarche du design, mais de s'intéresser à la relation design/utilisateur en considérant le projet du design comme un objet du monde vécu.

Pour ce faire, passer par la dimension ergodique des interfaces utilisateurs (cf. Aarseth 1997), de leurs modes d'implication gestuelle et corporelle, est une entrée heuristique : "la pensée émerge du corps en mouvement" (Martin-Juchat 2008 : 13). Objets où se couplent du sémiotique, du technique et du sensoriel, ils assurent le design des expériences de *digipulation* de nos écrans.

Ayant rendu obsolète la catégorie de la main et le paradigme de la manipulation, c'est dorénavant le doigt qui est au cœur des représentations et des imaginaires. C'est pourquoi nous proposons ce terme de *digipulation*, plus précis pour caractériser ces micro-procédures d'écriture du bout du doigt : levier du culte numérique (digital), elle incarne le sacre du numérique, se posant en icône métonymique de la platformisation des services et en *fantasmagorie* du *smartphone*. *Digipulation* tient davantage compte des imaginaires, des représentations du numérique et de la réalité des pratiques.

Ces "petits gestes" routiniers composent aujourd'hui une culture médiatique puissamment incorporée et mobilisée par les productions culturelles numériques. Objets de toutes les attentions, ils sont au cœur de ce design dit

*centré utilisateur* et font l'objet d'un travail particulier. Dès lors, ayant l'illusion d'une immédiateté et d'une « puissance d'agir proprement miraculeuse » (Citton 2012 : 72) l'utilisateur ne cherche pas à savoir comment cela fonctionne. Ce design, bien que centré utilisateur, participerait d'une captation de l'attention et à distraire l'utilisateur de la capacité de ces plateformes à rendre monétisables ses données.

A l'aide d'une analyse sémio-anthropologique d'un cas typique de design d'interface, l'application de rencontre géolocalisée *Tinder*, initiatrice du genre et leader du marché, nous proposons d'étudier la place de l'utilisateur dans l'actualisation d'un type d'interface usuelle de la culture numérique.

Nous reviendrons d'abord sur le choix du “petit geste” mis en œuvre par *Tinder* comme objet de design et objet d'étude. Celui-ci configure si bien ses usages et ses pratiques que l'utilisateur occupe la place que lui circonscrit le dispositif. Ensuite, geste dramatisé, il propose une histoire dans laquelle est engagé corporellement l'utilisateur et qui lui suggère un programme à vivre. Enfin, favorisant la production sous la couche gestuelle et sémiotique d'un portrait parcellaire et partial de l'utilisateur (Ertzcheid 2017), ce design est assurément une niche de pouvoir et une aubaine pour l'industrie qui en construit une vision problématique.

## 2. De l'exemplarité du *swipe*

L'application de rencontre géolocalisée *Tinder* se présente comme un cas intéressant par sa capacité à incarner des façons de faire du design d'interface faisant d'elle un modèle d'intégration de l'utilisateur. Au cœur de son design se trouve un “petit geste” distinctif, le *swipe*.

### 2.1. Une gestuelle ordinaire

Le concept de “petit geste” (cf. Garmon 2018) permet d'affiner la compréhension que l'on a de ces micro-gestualités. C'est un lieu où se rencontrent des gestes usuels sur l'écran (un glissé, un pincement, un effleurement...) et des “petites formes” (Candel *et al.* 2012) activables ou un changement d'état à l'écran. Outils d'écriture numérique (cf. Jeanneret, Souchier 2005), ils permettent l'écriture du texte à l'écran et dans le calcul. Ce sont des outils de lecture/écriture – de “lettrure” (Souchier 2012) – et non uniquement des gestes entendus comme “mouvements du corps”.

Très plastique, ce “petit geste” dit de *swipe*, permet par exemple de déverrouiller l'écran du *smartphone* ; de faire défiler des photos ; ou de juger une personne sur *Tinder*. L'application propose en effet de faire un choix parmi des candidats à la rencontre via cette gestuelle spécifique (Figure 1). L'utilisateur se trouve face à la représentation d'une carte à l'écran et doit juger chaque profil pour passer au suivant : pour déclarer son intérêt, *liker*, il fait glisser la carte avec son pouce ou son index vers la droite ; il fait le même geste vers la gauche pour le rejeter.

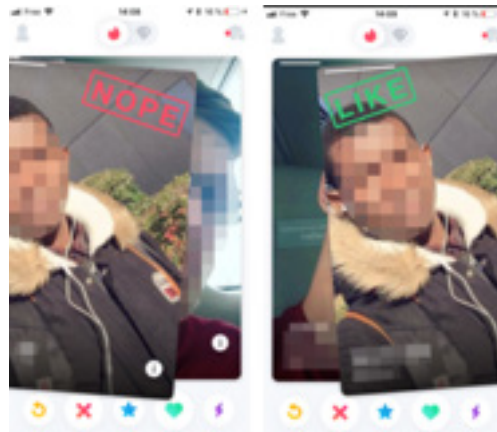


Figure 1. Capture d'écran lorsque l'utilisateur fait glisser la carte à droite ou à gauche.

Le *swipe* désigne donc le lieu où s'articulent ensemble la forme de la carte, que l'utilisateur, glissant son doigt sur l'écran, fait glisser à droite ou à gauche et des “petites formes” symboliques et stéréotypées (Figure 2) : un cœur vert, une croix rouge et la représentation de tampons. Ces formes réagissent aux mouvements de la carte, assurent une mise en signes de l'action à l'écran et l'inscrivent dans la machine.

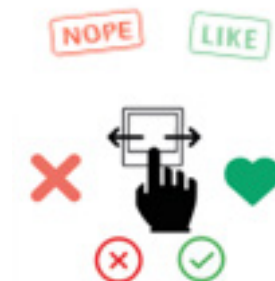


Figure 2. Schématisation du *swipe*.

Ce design se caractérise donc par un scénario simple, un glissé à droite ou à gauche, qui résulte néanmoins de l'application de préceptes de design réputés créatifs et engageants.

## 2.2. Une modélisation du design d'interaction

Cette interface se présente comme un reflet des façons de faire contemporaines, des “bonnes pratiques” du design d'interface.

La proposition de rencontre est métaphorisée sous la forme d'un jeu de cartes à *digipuler*. Il relève de la catégorie modèle du design *skeumorphique*<sup>1</sup>. Le tampon *like* rappelle ceux d'autres réseaux sociaux et la mise en réseau de

1 Selon la définition du design skeumorphique : « un type de web design qui reproduit des éléments graphiques présents de manière esthétique mais qui sont présents dans l'objet d'origine » (Garnier 2017).

*Tinder* à ceux-là (*Instagram, Facebook, Spotify*) le rapproche des applications ordinaires. En outre, la simplicité de l'interaction, l'esthétique de son développement et l'économie musculaire de la main qu'il propose posent le *swipe* en incarnation de l'idéal de *fluidité* de nos interactions *sans friction* avec les écrans et le numérique prôné par les discours médiatiques sur le design d'interface. Tout est fait pour que l'interaction paraisse *juicy*, liquide<sup>2</sup>, et le passage d'une carte à l'autre est sur-travaillé, mis en signes euphoriques et un peu magiques, par le développement pour le rendre agréable : l'écran se transforme sous les doigts de l'utilisateur, comme réagissant précisément à son geste. Conçus pour aligner l'œil, la main et l'écran, ils impliquent le corps de l'utilisateur, participent de sa perception et sont susceptibles, *via* leur dimension symbolique, de provoquer des émotions. Le *swipe* de *Tinder*, tout comme le *scroll* d'*Instagram*, de *Facebook* ou de *Twitter*, ou encore les filtres de *Snapchat*, jouissent d'une représentation sociale de l'ordre de l'"addiction".

Réputée efficace, on retrouve cette médiation reprise presque à l'identique comme modalité de choix dans des applications non dédiées à la rencontre (Figure 3). Celles-ci veulent jouir des avantages de ce design, mais également de l'expérience de *Tinder*, liée à son imaginaire sulfureux et à ses pratiques ludiques. Cherchant à tirer parti de ses représentations, elles font appel à la "mémoire interprétative" (Beust *et al.* 2012) des usagers. Elles prêtent au design des pouvoirs transmédiateurs et une autonomie à ses formes : le "petit geste" typique convoquerait toute l'expérience de *Tinder*. De même, le syntagme *Tinder de*, utilisé par métonymie pour présenter ces dispositifs, montre qu'il explique à lui seul le fonctionnement d'une nouvelle application. Le néologisme *Tinderisation*, qui désigne cette pratique de conception d'utiliser le *swipe* pour des services aussi divers que la recherche d'appartement ou d'informations, valorise ce design et tend à en faire un élément de la culture matérielle, technique et sociale ; un élément de la mémoire des formes, des usages et des pratiques médiatiques (cf. Jeanneret 2014).

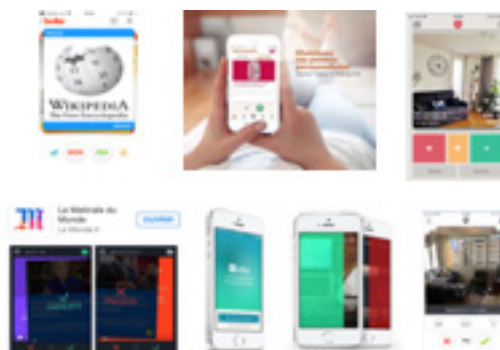


Figure 3. Un phénomène de *Tinderisation*.

Dès lors, c'est comme une miniaturisation de la façon de faire les interfaces que nous le prenons, tout en cherchant ce qui le rend remarquable.

<sup>2</sup> Ce sont notamment les métaphores utilisées par François Alliot, concepteur du jeu mobile *Reigns* lors d'un entretien réalisé le 11/01/ 2017.

### 2.3. Un modèle d'intégration de l'utilisateur

La conception centrée utilisateur [...] consiste à se concentrer sur les besoins et attentes des utilisateurs, lors de la conception et du développement du produit. (Drouil- lat 2016 : 24).

Partant de cette définition, les concepteurs s'intéressent à la culture de l'utilisateur, font appel à ses connaissances et à ses compétences et cherchent à le satisfaire. Détaillons ces façons de faire qui lui assurent ici de rentrer facilement dans les pratiques.

L'écran se caractérise par une rhétorique visuelle et culturelle le rendant reconnaissable. Le *swipe* en tant que glissé sur l'écran est déjà incorporé par l'utilisateur par sa pratique routinière des écrans tactiles – c'est un geste "infra-ordinaire" (Souchier 2012), que l'on fait sans y penser – et les côtés de l'écran répondent à la gestion des espaces d'un droitier "dans le réel". L'utilisateur opère sur l'écran un schéma gestuel qui rappelle le tri manuel de polaroids, de photos ou de cartes. Ses petites formes-tampons sont ensuite reconnaissables pour une culture vidéo-ludique et symbolique occidentale.

L'interface joue même sur une mémoire du geste livresque avec la représentation visuelle dynamique et *digipulable* d'une métaphore de "papier calque" dans la façon dont la carte, en étant glissée à l'écran, donne à voir la suivante par un jeu de transparence, comme si une page était tournée. Cette mobilisation d'une mémoire du corps permet à l'utilisateur de comprendre la proposition de l'interface : le geste est convoqué par le design, il est dans la carte qui appelle à être glissée.

La métaphore du jeu de carte pour la rencontre propose en plus de dédramatiser ce qui pourrait être vécu comme une violence pour l'utilisateur. La promesse au cœur du dispositif est de ne pas se sentir rejeté par le masquage du *like* s'il n'est pas réciproque. Sa facilité d'utilisation et ses mises à jour le font de plus en plus passer pour *bienveillant*, se souciant de ses usagers. Il y a un point critique sur l'écran pour éviter des *swipes* manqués, ce qui laisse place au calcul (de la rentabilité d'un *like*) et à l'imagination (des possibles). De même, une option payante permet d'annuler un *swipe* trop rapide. Ce faisant, ce design et sa gestuelle s'assurent une apparence d'empathie à l'égard de l'utilisateur et de servir les intérêts de ce dernier.

Modélisation des pratiques et modèle de design, l'interface de *Tinder* "cristallise l'esprit du temps contemporain" (Catoir-Brisson 2016) : on y retrouve des façons de faire du design standardisées. En ayant à l'esprit l'utilisateur au moment d'imaginer le service, les concepteurs s'assurent une prise en main facile avec un sens compréhensible : tout est fait pour que l'usage aille de soi. Ces manières de faire induisent un faire-faire de la part de l'utilisateur et c'est *in fine* une fonction et un rôle qui lui sont attribués.

## 3. Un design qui enrôle l'utilisateur

Le design du *swipe* relève donc d'une conception tournée vers l'utilisateur qui vise à faciliter son adoption. Celui-ci n'est pas pour autant *passif* face à la technique et son concours est indispensable pour la faire fonctionner. À

l'inverse de ce que connote sa *friendliness*, sa "facilité d'utilisation" (Montanari 2005), ce "petit geste" manque de convivialité par la participation active qu'il requiert de l'utilisateur. La part du lecteur-utilisateur consiste à scruter et à s'appropriier le design, produire de l'inscription calculable et monétisable, à *digipuler* les signes.

### 3.1. De la pragmatique du swipe

La participation est d'abord sémiotique et interprétative. En faisant appel aux "*compétences*" (Davallon 2011) de l'utilisateur, le "petit geste" le met au travail pour sa prise en main.

Opérer un lien entre un jeu de carte et une rencontre n'est pas aussi évident que le prétendent les discours des concepteurs. C'est pourquoi l'utilisateur, lors de sa première prise en main, se voit proposer un mode d'emploi rapide. Les tampons seuls ensuite guident l'action et assument le rôle de notice. C'est donc la mémoire et l'interprétation de l'utilisateur qui lui permettent de comprendre ce qu'il a sous les yeux et dans ses mains. D'une part, les "petites formes", signes à la symbolique forte, un cœur vert, une croix rouge, sont à décoder. D'autre part le geste sur l'écran lui-même apporte du sens, un "*sens formel*" (Souhier 1996). C'est donc la sémiologie de l'utilisateur agissant qui donne du sens à l'action et c'est cette activité qui interprète que *swiper* une carte-profil revient à le juger.

Chacun peut dès lors y investir le projet qu'il souhaite – une rencontre amoureuse, sexuelle, amicale, un passe-temps, un jeu – mais il y a un sens commun à tous, la répartition des zones de l'écran et ce qu'impliquent les cartes. L'utilisateur doit donc donner sa cohérence sémiotique à ces procédures iconiques. Cette simplicité incluant un nombre réduit d'éléments interprétables demande un effort de décodage résolument important, engageant l'utilisateur dans le dispositif. Partant du constat d'Umberto Eco que les "non-dits" d'un texte requièrent l'attention et la coopération du lecteur, sa collaboration, l'utilisateur est impliqué corporellement dans l'interprétation et l'actualisation des signes. En outre, « rien n'[étant] plus ouvert qu'un texte fermé » (Eco 1979 : 71), ce sont de multiples scénarios interprétatifs qui sont virtuellement présents et qui sont à interpréter.

Si ce design en effet se caractérise par un sens en apparence ouvert, la *digipulation* de l'interface, elle, est résolument fermée. Son caractère binaire, gage de l'efficacité de l'application, limite et configure les interactions. L'utilisateur ne peut utiliser que les glissés latéraux (et une fois par jour, dans la version gratuite, un *superlike*, un glissé vers le haut). La place de l'utilisateur est donc circonscrite par ce design aussi fermé qu'un interrupteur et ne laissant pas de place à l'hésitation : "peut-être" n'existe pas dans un monde qui *swipe*. Et même, l'utilisateur est induit par le petit écran au creux des mains à tenir son téléphone d'une certaine façon, courbé, et à n'utiliser qu'un doigt. L'utilisateur adopte ainsi le mode de rationalisation des concepteurs, de leur objet, et son corps est normé par ce dispositif.

Enfin, partant du principe que les signes à l'écran proposent un texte élaboré par la conception, comme le serait un roman par un auteur, on peut

même parler de fabrication d'un *utilisateur modèle*. Dans *Lector in Fabula*, Umberto Eco propose le concept de "lecteur modèle" qu'il définit comme « un ensemble de conditions de succès et de bonheur, établies textuellement, qui doivent être satisfaites pour qu'un texte soit pleinement actualisé dans son contenu potentiel » (Eco 1979 : 80).

Autrement dit, c'est ce lecteur imaginé par l'auteur et ayant toutes les compétences pour interpréter son texte. Dès lors, de la modalité communicative et de l'usage du *swipe* émerge une figure, celle de l'utilisateur modèle. L'utilisateur se confond avec cette figure, imaginée par la conception et proposée par le dispositif. C'est dans sa peau qu'il tend à se glisser. Ici, ces conditions visent moins l'interprétation d'un sens fixé, puisqu'il est justement ouvert, que l'activation des signes.

Dès lors, l'utilisateur est moins utilisateur modèle que *digipulateur* modèle. Son rôle d'utilisateur semblant réduit à activer des signes.

### 3.2. Une mise au travail de l'usager

Le geste lui-même est intégré au modèle économique de l'application, si bien que la participation est également scripturale et économique.

L'utilisateur en effet se voit proposer des profils à juger. Ce modèle diffère de celui des sites de rencontre dits classiques dans lesquels l'algorithme est orienté vers un appariement resserré, tentant de remplir tous les critères définis par l'utilisateur et privilégiant la qualité sur la quantité. Sur *Tinder*, "l'appariement" (Candel 2007) se faisant sur la base de rapides critères (géolocalisation, sexe et âge), c'est à l'utilisateur de faire le tri parmi les profils, à la main. Il est donc mis au travail et sa participation active est requise pour faire fonctionner le dispositif : « [I] s'agit d'une production faite par soi et pour soi, tout en étant prescrite, outillée et contrôlée par le fournisseur » (Dujarier 2008 : 19).

Le fonctionnement technique de cette écriture numérique attribue un rôle à l'utilisateur : il doit produire de l'inscription calculable (Bachimont 2010). L'inscription opérée par le "petit geste" est double. Au moment où l'utilisateur *digipule* la carte à l'écran, son geste est encodé par le dispositif. Il implique également d'autres informations nécessaires à son fonctionnement. Le *swipe* à gauche ou à droite participe au calcul du score d'un autre utilisateur qui permet un *matching* personnalisé : le *Elo Score*<sup>3</sup>. Cette note est basée sur les choix faits et sur la façon dont les autres apprécient l'utilisateur, qui l'a *liké* et quelle était la note de cet utilisateur. Parce que l'écriture circule au sein d'écrits en réseaux, elle détermine même l'expérience des autres utilisateurs et participe du fonctionnement général du service. C'est donc l'usager qui, par sa capacité à fournir des traces interprétables, alimente le dispositif. Son rôle est de transformer l'image en texte : agissant sur l'écran, il transforme l'image de la carte en texte interprétable par la machine.

Ces informations interprétées par l'application peuvent être revendues à des annonceurs en vue de pratiques marketing de ciblage sous la forme de

---

3 Garcia, Victor (2016).



profils statistiques. Le “petit geste” est intégré aux stratégies de captation des données des utilisateurs et permet la discrétisation<sup>4</sup> d'informations (nécessaires à son fonctionnement), de géolocalisation et de “*prédilections*” (Candel, Gomez-Mejia 2017). “Outils d'écriture documentaire” (Ferraris 2016) de l'utilisateur, il élabore un profil utile pour l'industrie. Le geste le met symboliquement au travail et la distinction entre le jeu, les liens de sociabilité et l'activité productive tend à ne plus exister, dans la mesure où toutes les actions de l'utilisateur sont potentiellement transformables en informations à intégrer à l'algorithme.

C'est donc un puissant schéma instructionniste que le design met en œuvre et le modèle de relation à l'outil qu'il instaure est de collaboration, plus ou moins consciente. L'utilisateur n'a pas de possibilité d'exprimer de créativité dans ce design verrouillé. Il contribue au fonctionnement technique et économique du service presque malgré lui. Il doit, ni plus ni moins, *tourner la page*.

#### 4. Une posture construite pour l'utilisateur

Promesse d'un *dating* facile, ludique et agréable par l'application, le *swipe* encapsule l'expérience. C'est un “objet énonciateur” (Montanari 2005), qui a la capacité d'instaurer son point de vue. Mais c'est également un opérateur syntaxique de nos relations sociales qui se trouvent marquées par cette médiation.

##### 4.1. Un petit drame impliquant qui fait émerger des formes de communication

Ce “petit geste” traduit le passage, pour l'utilisateur, d'un monde à l'autre, le forme et l'in-forme.

Outil de *lecture et d'écriture*, comme l'a montré Annette Béguin pour la lecture sur écran, le *swipe* favorise l'engagement corporel de l'utilisateur et « participe de la projection du corps virtuel dans un univers de signes » (Béguin 2000 : 146). L'expérience se révèle plus structurée que ne le laisse penser l'ouverture du sens que peut y investir l'utilisateur. La métaphore de la rencontre en un jeu de cartes la *stéréotypise* – ce qui est renforcé par les petites formes tampons – et cadre aisément l'appréhension du monde par l'utilisateur. C'est le propre de la métaphore (cf. Lakoff, Johnson 1985). Les signes ensuite font émerger un régime symbolique fort.

La communication médiée par ce “petit geste” est donc sensorielle et symbolique. C'est un *petit drame impliquant* qui est produit par ce design, en plus de l'inscription d'un choix. Marqué par une dimension puissamment érotique, une caresse sur un écran, il rend l'expérience corporelle et affective. La scène qui se passe à l'écran est figurative, l'utilisateur fait défiler des personnes comme le seraient les figurants d'un *casting* dans une file d'attente. Le glissé du pouce sur le profil anime cette scène et lui fait jouer de la métonymie, dans

4 Selon la définition qu'en donne Frédéric Kaplan (2012) - Concepts Clés, entrée “discrétisation” : “Transformation d'un flux continu en parties distinctes et homogènes”.

laquelle le pouce d'un côté et le portrait de l'autre, valent pour les corps des utilisateurs. Enfin, la fluidité prétend rendre l'expérience agréable, indolore et même "jouissive" selon certains utilisateurs<sup>5</sup>.

La gestuelle rend donc présents et met en relation des corps absents dans le cadre d'une scène sociale vécue comme réalisée. Le design fait ainsi advenir un monde où se déroulent des sociabilités configurées par le dispositif. Celui-ci permet l'expérience sociale d'une rencontre "hétérotopique" (Foucault 1967) et asynchrone (les profils étant suggérés à des moments différents et même quand l'utilisateur du profil n'est pas connecté), davantage vécue intérieurement par l'utilisateur qu'inter-personnellement. Le "petit geste" réalise ainsi des hybridités entre écrit et oral inédites, rend performatif un geste réalisé communément "dans la tête".

Du geste à l'écran dépend donc la rencontre. Le tri des personnes en plus est effectif pour l'utilisateur, dont l'action est mise en signes visuels à l'écran. C'est donc un espace communicationnel que fait émerger la gestuelle, dans un monde de l'entre-deux qui s'étendrait au-delà de l'usage, où se trouverait l'utilisateur.

#### 4.2. La construction d'un consommateur roi

S'il épouse un point de vue, c'est également une posture spécifique que l'utilisateur est engagé à adopter, celle du consommateur roi, et ce qu'elle induit.

La taille du pouce posé sur un portrait dans une position de surplomb favorise une vision de soi valorisée (cf. Amato, Pereny 2012). Les petites formes, outre leur tonalité ludique ou cynique, posent l'utilisateur en instance supérieure de validation. Leur fonction d'écriture de l'acceptation ou du refus est amplifiée par la sémiotique du tampon, traitant le candidat dans un régime d'inscription administratif ou bureaucratique de contrôle des corps. Un régime de consommation est ensuite induit par les petites formes et c'est sur le mode de la *wish list* que l'utilisateur est invité à trier les profils. Enfin, la dimension euphémisante de ces formes ludiques et la forme métaphorique de la carte autorisent une distance, offrant à l'utilisateur un sentiment de plaisir et de pouvoir sans avoir à se soucier de la portée communicationnelle de son geste.<sup>6</sup>

Le geste semble légitimer un mode de relation à l'humain qui se propose comme un mode de consommation et qui est sensible dans les discours médiatiques, usagers ou critiques. Il engage ainsi un jeu sur une forme de transgression du point de vue de ce qu'il est permis de faire, des normes sociales, des règles héritées de la bienséance et du vivre-ensemble : balayer quelqu'un au visage pour le trier selon son bon-vouloir serait assurément mal perçu et c'est sans doute un des éléments du succès du design. Le *swipe* est donc une

5 Le terme est ainsi revenu à plusieurs reprises lors d'entretiens menés en 2016.

6 Pour autant, ils ne manquent pas de faire preuve de réflexivité sur leur pratiques médiatiques, et les métaphores qu'ils utilisent (dans les témoignages et lors d'entretiens) sont expressives de la façon dont ils vivent l'expérience : le *swipe* est fréquemment comparé à un balayage, une gifle ou un pouce de César version peplum.

forme, ou plutôt une “forme gestuelle” (Candel 2017) et sémiotique permettant une communication intense, énergique et transgressive à tout moment de la journée.

Le “petit geste” fait finalement émerger de nouvelles formes de communication. Proposant ce processus de rencontre, c’est une *condensation* et une *constriction* du processus communicationnel qu’il opère : la rencontre et son choix se trouvent réduits à leur plus simple expression, oui ou non, un glissé du doigt sur un écran. En outre, le fait que le *swipe*, au sein du même dispositif, puisse permettre de déclarer son intérêt pour une personne mais aussi faire défiler les photos du profil, amoindrit l’expérience et la banalise. C’est ainsi à un renouvellement des formes de faire lien, de se plaire et de se rencontrer que participe le design. Il a une opérativité sociale et les sociabilités sont *formées* par ces “petites formes”.

#### 4.3. *Style de design et forme de vie*

Ce *style d’interaction* (cf. Drouillat *op.cit.*) produit alors un *ethos* moderne et devient un véritable *style de vie*. Nicole Pignier et Benoît Drouillat (2008) ont montré la capacité qu’ont les objets médiatiques à “partager un *ethos*”, c’est à dire à faire adhérer à leur manière de communiquer et leur capacité à imposer une représentation axiologique et un imaginaire. Observons l’*ethos* technique et social, de *swipeur*, qu’il impose et la façon d’être au monde que ce design produit.

Celui-ci passe d’abord par la capacité du design à énoncer son point de vue, qui repose d’une part sur l’engagement corporel de l’utilisateur dans l’opération et d’autre part sur le cadre interprétatif que produisent ses “petites formes”. Les concernant, la frontière entre la perception et la sémiologie est très fine car ces petites formes, du fait de leur caractère stéréotypé sont, pour l’utilisateur, presque du *déjà sémiotisé*. Il est donc difficile de s’en détacher. Conditionnant, encadrant et structurant l’expérience, ce design encourage d’abord une vision artificielle et figée du choix, binaire, dont il est impossible de s’extraire. Il configure l’énonciation, la gestuelle, le regard, la posture et un mode de rationalisation. En outre, cette dimension puissamment énonciative des tampons, qui se prêtent à une lecture à voix haute (“toi oui”/ “toi non”, disent les utilisateurs), participe à l’incorporation de celle du dispositif. C’est finalement un geste qui vient équiper l’esprit en produisant une *éco-ergonomie de la main* : il opère un cadrage kinesthésique, perceptif, visuel, sensoriel, rationnel et idéologique.

C’est même un *style* de communication et d’être au monde que propose le *swipe*, qui se caractérise par une communication *analogique* du scénario technique. Celui-ci en effet peut être pris comme une métonymie, une partie de l’application qui condense son expérience et qui propose une forme de communication. A l’utilisateur ensuite, par son agencement (répétitions, tactiques...) de constituer son *style* de geste propre et sa stratégie de *swipepage*. L’effectuation du geste dès lors, la micro-procédure à l’écran, peut être elle-même prise comme une forme de métonymie de l’usager, de signature ou de *stylème*. C’est ainsi le cas pour la machine qui tire un profil statistique de

chaque *swipe* laissé, mais aussi pour le geste de l'utilisateur qui participe de sa construction :

Tous les mouvements que j'accomplis contribuent à me façonner (*fingere* : tout à la fois 'composer' et 'feindre'), que je le sache, le veuille, le montre ou non. (Citton 2012 : 34).

Le geste forme l'esprit et peut aussi servir de signature qui le distingue pour la machine.

Ce *swipe* est pour finir désormais iconique et symbolique d'une manière de vivre *via* le néologisme de *Tinderisation* qui prétend également à un changement dans les relations amoureuses (qui serait lié à *Tinder*) ou dans les comportements de consommation. Ces discours, axiologiques et flous témoignent de l'empreinte du design sur le social et de la capacité du "petit geste" à se détacher de son texte, à vivre sa propre vie, en quelque sorte, chargée de la mémoire de l'utilisateur.

Le design impose ainsi un mode de traitement, certains usages et certaines pratiques, suggérant des façons d'agir et convoquant des manières de faire dont il est difficile de s'écarter.

## 5. Une vision problématique du sujet portée par le design

« Schématiquement, explique Dominique Sciamma, un designer [répond] à la question du 'pour qui'. Il considère le consommateur non comme une cible marketing, mais comme un individu, mieux, un bénéficiaire ». <sup>7</sup> C'est pourtant une étrange vision de l'utilisateur qu'offre le design décrit. Pratiquement absent et dépossédé de l'auctorialité de son propre texte, sujet d'une illusion à demi consentie, c'est finalement dans les textes normatifs du design que l'utilisateur a la plus grande place.

### 5.1. Vers une disparition de l'utilisateur?

Étant donné l'économie qui est faite du "petit geste", le dispositif paraît neutraliser, de façon technique et symbolique, la parole de l'utilisateur, son écriture.

D'une part, son énonciation est problématique : le geste qu'il réalise a été programmé par les concepteurs, dans la mesure où l'utilisateur ne peut rien réaliser qui n'ait été au préalable prévu par la conception. Il y a ainsi un brouillage énonciatif qui ne permet pas d'affirmer que l'énoncé qu'actualise l'utilisateur est le sien. Qui parle à travers le *swipe* : l'utilisateur ? ses concepteurs ? Les "petites formes" *Yes/ Nope* enclenchent un phénomène de "ventriloquie" (cf. Chevet, Garmon 2018) où l'utilisateur fait parler, à travers son geste, la conception et la production. <sup>8</sup>

<sup>7</sup> « Le designer est un héros caché, personne ne sait qu'il fait des trucs fantastiques » – Interview de Dominique Sciamma. (Mleczo 2018).

<sup>8</sup> Si François Cooren propose la notion de ventriloquie (Cooren 2010), c'est dans

D'autre part, seul ce qui répond aux intérêts de *Tinder* est pris en compte par la machine. Les usages complexes des utilisateurs ne sont pas enregistrés et il est impossible pour le dispositif de distinguer une recherche amoureuse d'une recherche amicale ou sexuelle. C'est donc un profil tronqué qui s'établit. Deux processus de mémoire co-émergent de manière hétérotopique et asynchrone : d'une part, celle du sujet humain, impalpable et propre à chaque individu et constituée de sa liste personnelle de coups de cœur ou de *swipes* ratés et de l'autre celle de la machine, automatique, constante dans ses critères de sélection et inaccessible (*Ibid*), dépossédée de ce qui fait la "nuance" de l'être humain typique pourtant du geste. Or

Loin de n'être qu'un supplément ou une décoration, la nuance apportée par le geste continue l'essentiel de l'action humaine en ce qu'elle exprime et réalise le 'contraste' par lequel chacun de nous se distingue dans son environnement. (Citton, 2012 : 36).

En captant les données de l'utilisateur, c'est une vision singulière du sujet que porte ce design. Celui-ci paraît être réduit à être le fournisseur des données nécessaires au fonctionnement de l'appareil. La machine produit une vision de l'humain qui lui est propre, bornée aux intérêts des producteurs et au détriment de l'usager. Ce qui est capté concerne moins ce qui fait sa singularité, ses émotions, ses hésitations que sa géolocalisation ou ses prédilections. *In fine*, la machine construit l'usager qui l'intéresse. Au moment où l'utilisateur a l'impression de s'affirmer comme sujet, il participe en même temps à la construction de son propre profil, lisse de ses particularités et déformé par les intérêts des concepteurs. Plus généralement, il participe à des bases de données sur ce qu'est le *bon physique*, la *bonne photo* en alimentant un algorithme de *Machine Learning* sous-jacent.

C'est moins à un usager qu'à un profil constitué d'agrégats statistiques que renvoient le dispositif et son design. L'utilisateur comme humain semble avoir une place marginale puisque sa valeur paraît résider dans sa capacité à produire cette donnée, à alimenter les algorithmes de *matching* et de préférences.

## 5.2. Une scène de détournement de l'attention?

L'observation des pratiques suggère ensuite une scène de détournement de l'attention et *d'illusion* consciente, qui révèle une curieuse ambiguïté et un jeu de masquage et de mise en valeur.

Le tableau *l'Escamoteur* attribué à Jérôme Bosh pourrait modéliser la mécanique de ce dispositif. Celui-ci présente un homme hypnotisé par un escamoteur pendant qu'un complice dérobe sa bourse. Comme le souligne Aurélien Gamboni, chercheur et artiste, dans *L'Escamoteur : économie de l'illusion et écologie de l'attention*, le spectacle sur la table peut être considéré comme

Une forme d'interface dans ce dispositif de manipulation [qui], semble avoir pour fonction de capter l'attention de la victime, qui est littéralement pliée en deux, en posi-

---

un autre sens que nous l'employons ici.



Figure 4. *L'Escamoteur*. Tableau attribué à Jérôme Bosch.

tion surplombante [...] et de [la rendre] aveugle [...] au dispositif plus large dans lequel il se trouve lui-même intégré. (Gamboni 2014 : 76).

De la même façon, l'utilisateur de *Tinder* semble absorbé par l'interface pendant que le dispositif capte une quantité industrielle de données. On serait tenté de lire la scène ainsi et de voir l'utilisateur comme ce spectateur absorbé au cœur d'un dispositif d'illusion. C'est d'ailleurs la critique mobilisée dans les discours qui accusent les GAFAM d'être des voleurs (de temps, de données, d'attention...) : indubitablement ce qu'ils cherchent, c'est à garder l'attention des prospects, à la retenir aussi longtemps que possible.

Ce rapprochement trouve sa justification dans l'organisation de "l'enchantement" (Winkin 2002) caractéristique de l'interface. Réactif aux mouvements du doigt, ce design est assurément ludogène et le swipe une gestualité "plaisante" (Vial 2014). Le passage fluide d'une carte à l'autre, travaillé par le développement, produit un scénario sémiotique captivant, une expérience décrite comme "addictive" : agréable, hypnotique et attachante. Il y a donc une illusion comme jeu avec les sens pour l'utilisateur, qui repose sur un travail pour que l'expérience retienne son attention.

Mais on peut difficilement affirmer que l'utilisateur est totalement aveugle au dispositif économique dans lequel il est pris. On ne peut donc parler de que "demi-illusion" (cf. Manovitch 2010), d'entre-deux spécifique. Nul n'ignore le travail en amont et chacun sait aujourd'hui que les informations sont réutilisées à des fins économiques. En plus, une opération concrète permet ce

flux de données : la validation des *Conditions Générales d'Utilisation* lors de laquelle l'utilisateur renonce à la propriété de ses informations. Cependant, sans ce renoncement, il ne pourrait utiliser ces dispositifs, il n'a donc, en un sens, pas le choix.

“L'aliénation formelle” (Gomez-Mejia 2011, 2013) de l'utilisateur à la structure des réseaux sociaux est ainsi une condition de l'utilisation du dispositif et de ses gratifications. Dès lors il semble que la force de ce design soit sa capacité à mettre en balance la friolanté de l'utilisateur à donner ses données personnelles avec le plaisir de l'interaction, au profit de cette dernière. Ce n'est pas un utilisateur crédule qui utilise le dispositif mais le design qui rend nécessaire ce renoncement formel. Il est capable de répondre à son « besoin d'enchantement par le numérique [qui] s'inscrit dans une illusion collective anthropologiquement structurelle dans nos sociétés technologiques » (Martin-Juchat 2016 : 182).

Cette attractivité du geste, l'enchantement qu'il réalise et que recherche l'usager rend alors opaque et distrait de ce qui se joue dans le calcul et les informations possiblement captées.

### 5.3. Un double système discursif qui construit l'usager

C'est dans les discours des concepteurs que l'on trouve encore le mieux la vision que proposent les designers d'application de l'utilisateur. Observons pour finir les discours émis par *Tinder* en particulier, mais aussi par les designers en général, qui participent d'une construction discursive problématique de l'usager.

L'usage, d'une part, est construit par les discours émis par *Tinder* dans et en dehors de l'application. Le *swipe* en ce sens est donc “une des formes que peut prendre la praxis énonciative” (Floch 1995 : 171). En adoptant l'énonciation du dispositif, l'utilisateur se fait la voix des producteurs dont la vision est ancrée dans les couches techniques de l'interface.

Ensuite, l'usage est entouré par des discours programmatiques qui configurent la pratique : c'est directement au sein de la plateforme que la conception s'adresse aux utilisateurs et induit à *swiper*, à se reconnecter, à se déclarer, à quelle fréquence et comment, et cela notamment via de nombreuses notifications tout au long de la journée. De même, les prises de parole médiatiques de la firme orientent les usages et les *swipes*. Il s'agit donc d'un objet très constitué qui structure les espaces de ses pratiques. En amont du faire des utilisateurs se trouvent ainsi des manières de faire de l'industrie.

Soulignons que ces manières de faire des concepteurs induisent également des pratiques intéressantes de mise en scène de soi à travers la construction de l'interface. Le choix binaire et le cadre étroit de présentation proposé engendre par exemple un investissement de la part des utilisateurs et des stratégies de valorisation stéréotypées. L'exposition étant en plus rapide, pas toujours très attentive, et quelque fois prise dans une pratique dite frénétique, pour se distinguer et se mettre en valeur, les utilisateurs usent de postures et de présentations stéréotypées. Celles-ci sont souvent chargées érotiquement ou en tout cas dévoilent les corps, la peau, ou le sourire. Beaucoup de pro-

ils présentent cette dimension, recherchant une photo avantageuse, pour les hommes comme pour les femmes. Plus largement, les utilisateurs tentent de se distinguer en se présentant sous leur “meilleur profil” et en se mettant en valeur. L'objectif étant, ils l'ont vite compris, de susciter l'attention dans la liste sans fin des suggestions de l'application et de déclencher une réaction positive. Pour cela, de nombreuses stratégies sont réputées efficaces.

Ces stratégies de valorisation se trouvent formalisées sous la forme d'un savoir ordinaire explicité par des usagers. Il y a ainsi une forte circulation de discours autour des “modalités du bon paraître”, recommandations sur les éléments à afficher et à éviter sur son profil, conseils pour bien choisir ses photos, les loisirs à mettre en avant, qui s'accompagnent de conseils en séduction spécifiques à l'application : éros se mêle alors aux loisirs, aux vacances et aux chatons. Ces discours en partie confus, en partie contradictoires, tentent de favoriser une alchimie dans un fonctionnement à priori opaque, et ils contribuent à une forte uniformisation thématique et sémiotique des profils. Les discours des usagers participent à l'élaboration d'un programme normatif, avec une forte circulation. On trouve ainsi quantité d'articles de témoignage d'utilisateurs ; de bonnes pratiques pour *matcher* etc., qui nourrissent les imaginaires, cadrent et normalisent certains usages.

D'autre part, en amont du faire des concepteurs de *Tinder* se trouvent des *guidelines* et bonnes pratiques. Fonctionnant comme une institution discursive, les discours des concepteurs préconisent certaines façon de faire des interfaces. Apple par exemple, sur son site dédié à l'aide au développement, recommande certaines gestuelles et conseille d'en faire bon usage pour que leur mobilisation soit centrée utilisateur. Ces gestes sont même formalisés dans une grammaire qui circule et se présente comme un manuel, avec des normes ergonomiques et de design. Ce faisant, ils contribuent à faire circuler certaines visions de l'utilisateur, de son corps, de ses émotions, de sa cognition, qui ne sont pas remises en cause et qui servent de prescriptions.

Enfin, le corps de l'utilisateur fait l'objet d'une captation marchande *via* les nombreux brevets déposés sur les gestes de la main et des mouvements du corps ; un autre *swipe* a d'ailleurs été breveté par Apple. Le corps est considéré comme un “objet à hacker” (cf. Allard 2018), une marchandise à détourner, un ensemble de données à traiter.

Les manières de faire des concepteurs, de concevoir les interfaces et d'envisager l'expérience, engagent ainsi un faire de l'utilisateur. Mais surtout, la conception participe d'une construction discursive de l'utilisateur qui contredit le principe du design centré utilisateur, tel que le conçoivent par exemple Pierre Besut, Roger Cozien, Serge Mauger et Dominique Haglon :

Assister un utilisateur ce n'est pas chercher à décider des choses à sa place, mais au contraire c'est lui donner ‘toutes les cartes en main’ pour l'aider dans sa propre décision. (Beust *et al.* 2012 : 5)

Si l'utilisateur paraît avoir littéralement toutes les cartes en main – rhétorique aussi bien visuelle que publicitaire de *Tinder* – sa décision est largement bornée en amont et trouve sa source dans la vision que construisent les professionnels de la conception mais aussi les usagers eux-mêmes.



## 6. Une remise en cause de la figure mythique du designer

En apparence conviviale, cette interface infléchit pourtant le projet du design d'améliorer nos manières d'habiter le monde, selon la formulation d'Alain Findeli.

Ce n'est pas parce que l'utilisateur a été intégré à la conception qu'il est au cœur du projet actualisé. En élargissant la notion de *place*, on observe que c'est une fonction, un rôle et un *style* que le design impose et que l'utilisateur adopte. Il ne paraît être pris en compte que dans les discours normatifs du champ qui construisent le *digipulateur modèle* et moderne qui l'intéresse.

L'étude montre ainsi le caractère figé du syntagme *centré utilisateur* et le paradoxe qui traverse la conception d'applications mobiles. Si elle est toujours plus centrée sur l'utilisateur, celui-ci cependant semble être renvoyé en marge du dispositif au profit du traitement d'agrégats statistiques monétisables et d'une normalisation des pratiques techniques, symboliques et sociales.

Pour conclure, en opacifiant le fonctionnement algorithmique sous-jacent, le design favorise la production industrielle de données et un mode d'être au monde calculé où le sujet et sa singularité n'ont pas de place. Les discours qui accompagnent ensuite les pratiques sont prescripteurs et forment les usages, tout en omettant certaines problématiques inaccessibles à l'utilisateur moyen. Finalement, c'est la figure mythique du designer "bienveillant" que ce design remet en cause. Celui-ci en effet "contribu[ant] directement à la constitution de notre sphère existentielle" (Vial 2013 : 253) est censé, selon ce mythe, améliorer et *enchanter* le quotidien, être au service des utilisateurs et non participer à leur assujétissement au fonctionnement technique et économique des dispositifs dont ils fabriquent les interfaces.

## Bibliographie

Aarseth, Espen

1997 *Cybertext, Perspective on Ergodic Literature*, Baltimore, John Hopkins University Press.

Bachimont, Bruno

2010 *Le Sens de la technique : le numérique et le calcul*, Paris, Encre Marine / Les Belles Lettres.

Béguin, Annette

2000 « Le corps dans les lectures à l'écran », *Spirale*, Numéro spécial, Toulouse, Erès, pp. 146-162.

Beust, Pierre ; Cozien, Roger ; Mauger, Serge ; Haglon, Dominique

2012 « Instrumenter la mémoire interprétative ». Journées de Rochebrune (Rencontres interdisciplinaires sur les systèmes complexes naturels et artificiels), « Autonomie, mémoire et co-évolution », Rochebrune, France.

Beyaert-Geslin, Anne

2012 *Sémiotique du design*, Paris, Presses Universitaires de France.

Candel, Etienne

2007 *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs*, Thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Paris 4, sous la direction d'Yves Jeanneret.

Candel, Etienne ; Jeanne-Perrier Valérie ; Souchier Emmanuël

2012 « Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures », in Davallon, J. (dir.), *L'économie des écritures sur le web*, Paris, Hermès-Lavoisier.

Candel, Etienne ; Gomez-Mejia, Gustavo

2017 « Le bouton like : poétique du clic, vertige des discours », *Semen*, 42, Besançon, pp. 71-92.

Catoir-Brisson, Marie-Julie

2016 « Analyser la matérialité médiatique et l'expérience immersive dans Sequenced : sémiotique, intermédialité et anthropologie de la communication », *Sens et Médiation. Substances, supports, pratiques: matérialités médiatiques*, Université du Luxembourg, Jul 2015.

Citton, Yves

2012 *Gestes d'humanités. Anthropologie de nos expériences esthétiques*, Paris, Armand Colin.

Chevet, Clotilde ; Garmon, Inès

2019 « Le geste et la parole à l'ère du numérique : de quoi le swipe et la commande vocale sont-ils l'énonciation? Sur les gestualités énonciatives dans les interfaces naturelles », *MEI : Information et Mediation*, #47 [En ligne], Mis en ligne le 14 mai 2019, <<http://mei-info.com/revue/47/131>>. Consulté le 10 juin 2019.

Davallon, Jean

2011 « Le pouvoir sémiotique de l'espace. Vers une nouvelle conception de l'exposition ? », *Les musées au prisme de la communication, Hermès, La Revue*, 2011/3 (n° 61), pp. 38-44.

Drouillat, Benoît

2016 *Le design interactif : du web design aux objets connectés*, Paris, Éditions Dunod.

Dujarier, Marie-Anne

2008 *Le travail du consommateur. De McDo à eBay, comment nous coproduisons ce que nous achetons*, Paris, La Découverte.

Eco, Umberto

1979 *Lector in fabula. Ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, trad. fr. par Bouzaher, Myriam, Éditions Grasset et Fesquella.

Ferraris, Maurizio

2015 *Mobilisation totale*, trad. fr. par Orcel, Michel, Paris, Presses Universitaires de France.

Floch, Jean-Marie

1995 *Identités visuelles*, Paris, Presses Universitaires de France.

Gamboni, Aurélien

2014 « L'Escamoteur : économie de l'illusion et écologie de l'attention », in Braïto A. ; Citton Y. (dir.), *Technologies de l'enchantement. Pour une histoire multidisciplinaire de l'illusion*, Grenoble, Ellug, pp. 281-293.

Jeanneret, Yves ; Souchier, Emmanuël

2005 « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication & langages*, 145, pp. 3-15.

Jeanneret, Yves

2014 « Le procès de numérisation de la culture : Un défi pour la pensée du texte », *Protée*, 32, 2, pp. 9-18.

Kaplan, Frédéric

2012 *La Métamorphose des objets*, Limoges, Editions FYP.

Lakoff, George ; Johnson, Mark

1980 *Les métaphores dans la vie quotidienne*, trad. fr. par de Fornel, Michel et Lecercle, Jean-Jacques, Paris, Ed. de Minuit, 1985.

Lev Manovich,

2001 *Le langage des nouveaux médias*, trad. fr. par Crevier, Richard, Paris, Les Presses de réel, 2010.

Martin-Juchat, Fabienne

2008 *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*. 1re éd., Bruxelles, De Boeck Supérieur.

2014 « Communication et culture marchande : l'illusion structurelle des logiques modernes d'enchantement affectif », in Braïto A. ; Citton Y. (dir.), *Technologies de l'enchantement. Pour une histoire multidisciplinaire de l'illusion*, Grenoble, ELLUG, pp. 281-293.

Montanari, Federico

2005 « Un objet « néo-magique » : le cas des téléphones portables », in Fontanille, J. ; Zinna, A. (dir.), *Les objets au quotidien*, Limoges, Presse Universitaire de Limoges, pp. 113-115.

Pignier, Nicole ; Drouillat, Benoît

2008 *Le webdesign. Sociale expérience des interfaces web*, Paris, Hermès Sciences Publications.

Souchier, Emmanuël

1996 « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique », *Communication et langages*, 107, pp. 105-119.

2012a « La "lettrure" à l'écran. Lire & écrire au regard des médias informatisés », *Communication et langages*, 174, Paris, NecPlus, pp. 85-108.

2012b « La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de "l'infra-ordinaire" », *Communication et langages*, 172, Paris, NecPlus, pp. 3-19.

Vial, Stéphane

2013 *L'être et l'écran : comment le numérique change la perception*, Paris, Presses Universitaires de France, Préface de Pierre Lévy.

2014 « Pour introduire le 'plaisir' : pourquoi les appareils numériques sont 'ludogènes' », *Interfaces Numériques*, 3/1, pp. 149-161.

2015 *Le design*, Paris, Presses Universitaires de France, "Que sais-je ?", Préface d'Alain Findeli.

Winkin, Yves

2002 « Propositions pour une anthropologie de l'enchantement », in Triki, F. (dir.), *Unité-diversité : les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, pp.169-179.

## Sitographie

Garcia, Victor

2016 « Tinder surprise : un algorithme vous note secrètement », *L'Express* <[http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/tinder-surprise-un-algorithme-vous-note-secretement\\_1752759.html](http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/tinder-surprise-un-algorithme-vous-note-secretement_1752759.html)>. 12 janvier. Consulté le 17/04/2016.

Garnier, Marie

2017 « Le skeuomorphisme, vous connaissez? », *Webzeen* <<http://www.webzeen.fr/webdesign/le-skeuomorphisme-vous-connaissiez/21988>>.-. 11 août. Consulté le 08/09/2018.

Mleczko, Julie

2018 « Le designer est un héros caché : personne ne sait qu'il fait des trucs fantastiques », Interview Strate, *Studyrama* <<https://www.studyrama.com/formations/filieres/ecoles-d-art/le-designer-est-un-heros-cache-personne-ne-sait-qu-il-104462>>. 11 avril. Consulté le 25/09/2018.

Les captures d'écran ont été réalisées avec un Iphone 7 à partir de la version : 9.3.0 de *Tinder*.

Source du tableau l'Escamoteur, attribué à Jérôme Bosch : <[https://fr.wikipedia.org/wiki/L%27Escamoteur#/media/Fichier:Hieronymus\\_Bosch\\_051.jpg](https://fr.wikipedia.org/wiki/L%27Escamoteur#/media/Fichier:Hieronymus_Bosch_051.jpg)>.