

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

R.I.H.M.

1

Volume 10, numéro 1
Rédacteurs en chef :
Sylvie Leleu Merviel
Khaldoun Zreik

EUROPIA

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Rédacteurs en chef

Sylvie Leleu-Merviel

Khaldoun Zreik

Vol 10 - N° 1 / 2009

© **Europa**, 2010

15, avenue de Ségur,
75007 Paris - France

Tel (Fr) 01 45 51 26 07 - (Int.) 33 1 45 51 26 07

Fax (Fr) 01 45 51 26 32 - (Int.) 33 1 45 51 26 32

<http://europa.org/RIHM>

rihm@europa.org

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Rédacteurs en chef / *Editors in chief*

*Sylvie Leleu-Merviel, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis,
Laboratoire des sciences de la communication (LSC)*

Khaldoun Zreik, Université Paris 8, Laboratoire Paragraphe

Comité éditorial / *Advisory Board*

Karine Berthelot-Guiet (CELSA- Paris-Sorbonne GRIPIC)

Jean-Jacques Boutaud (Université de Dijon, CIMEOS)

Yves Chevalier (Université de Bretagne Sud, CERSIC -ERELLIF)

Didier Courbet (Université de la Méditerranée Aix-Marseille II, Mediasic)

Viviane Couzinet (Université de Toulouse3, LERASS)

Pierre Fasterz (Université de Louvain-La-Neuve)

Yves Jeanneret (Université d' Avignon, Culture & Communication)

Patrizia Laudati (Université de Valenciennes, LSC)

Catherine Loneux (Université de Rennes, CERSIC -ERELLIF)

Serge Proulx (UQAM, LabCMO)

Imad Saleh (Université Paris 8, Paragraphe)

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Vol 10- N° 1 / 2009

Sommaire

Editorial

S. LELEU-MERVIEL, K. ZREIK

v

HHDe la traduction comme médiation et création interlinguistique des interactions

Translation as interlinguistic mediation and creation of human interactions

A.. GENTES

3

Vision augmentée par HUD : pour une prise en compte des contraintes psychophysiologiques

HUD augmented vision: for a consideration of psychophysiological constraints

B. CLAVERIE, A. LEGER

27

Capacité d'un advergame à construire l'équité de marque : une étude de cas sur deux types d'advergames

The ability of advergame to build brand equity: A case study on two different type of advergame

P. KARAGÜLLE, K. RIZVANOGLU

59

Interactive devices for faster access to information: navigation system for digital documents

Accélérer la recherche d'informations grâce aux dispositifs d'interaction : système de navigation pour les documents numériques

S. CARO DAMBREVILLE

79

Editorial

Après 10 ans consacrés à l'étude des interactions entre les humains et les systèmes informatiques au sens le plus général du terme, et particulièrement l'interaction homme-machine et l'interaction humaine médiatisée par la machine (1997-2007), R.I.H.M. est désormais la Revue des Interactions Humaines Médiatisées.

Cette nouvelle formule est ouverte aux contributions inter-disciplinaires en psychologie, sociologie, sciences de la conception, sciences cognitives, ergonomie, informatique, innovation et créativité. Mais elle est particulièrement attentive aux apports de la science de l'information-communication, science encore qualifiée de « récente » qui ne rechigne pas à forger son propre appareil méthodologique en s'appropriant des outils et des démarches empruntés tant aux sciences exactes qu'aux sciences humaines et sociales.

A ce titre, ce premier numéro de R.I.H.M. « nouvelle formule » est exemplaire. Il démontre sans conteste que les deux cultures peuvent non seulement cohabiter au sein d'une même discipline, mais qui plus est se compléter et s'enrichir l'une l'autre pour élargir l'horizon scientifique de tous.

Ainsi, le premier article mobilise la méthode expérimentale pour évaluer le maintien en mémoire implicite de publicités interstitielles sur Internet (pop up) et le dépôt de traces affectives et sémantiques favorables à la marque trois mois après l'exposition. Il démontre en outre une supériorité du mot sur l'image, ce qui va à l'encontre des présupposés intuitifs.

A contrario, le second article revisite les outils formels promus par la théorie littéraire et la narratologie, notamment le concept de paratexte introduit par Gérard Genette dans *Palimpsestes* en 1982. En les transposant au cadre de l'environnement informatique en réseau, il montre que le repérage de catégories épitextuelles et péri-textuelles favorise l'élucidation de la complexité sémiotique du texte en réseau et institue des rapports nouveaux de sens, d'organisation et de pouvoir, qui désorientent le lecteur et dont une étude approfondie s'impose.

Le troisième article retrace quant à lui une expérience d'approche compréhensive couplée à une observation participante, conformément au

registre d'une anthropologie de la communication audiovisuelle où l'outil caméra se pose en catalyseur pour fabriquer du sens partagé parmi les jeunes d'une cité méditerranéenne.

Enfin, le dernier article ouvre le vaste champ de l'innovation. En effet, il propose un concept nouveau de « souris 3D » dotée de fonctionnalités de prévisualisation des objets pointés, outil dont l'exploitation permettra notamment de survoler le plan d'un site Web sans quitter la page active, ou de visionner le contenu d'une page avant de l'ouvrir. Ce projet a fait l'objet d'un dépôt de brevet, et la présentation de cet environnement, voué sans aucun doute à une destinée internationale, est proposée en anglais.

R.I.H.M. maintient ainsi le format de 4 articles longs en *varia* à raison de 2 parutions de numéros par an. En remerciant encore Bertrand David et Christophe Kolski pour le travail accompli, en profitant de ce passage de flambeau officiel pour leur souhaiter le succès dans les nouveaux projets qu'ils portent, en les remerciant de la confiance qu'ils nous ont témoignée, nous vous souhaitons à toutes et à tous une très bonne lecture et le plaisir de la découverte.

Sylvie LELEU-MERVIEL et Khaldoun ZREIK
Rédacteurs en chef

Vision augmentée par HUD : pour une prise en compte des contraintes psychophysiologiques

HUD augmented vision: for a consideration of psychophysiological constraints

Bernard CLAVERIE (1), Alain LEGER (2)

(1) Ecole Nationale Supérieure de Cognitique – Institut Polytechnique de Bordeaux
– Université de Bordeaux
bernard.claverie@ensc.fr

(2) KTD “Sciences de l’information et de la cognition” – Thales Group – Centre de recherche Le Haillan
alain.leger@thalesgroup.com

Résumé. La métaphore de « l’Homme augmenté » définit un des enjeux des interfaces homme-machine. Elle réside notamment dans l’enrichissement des informations complexes présentées dans des dispositifs intégrés à l’utilisateur, et directement utilisables. Cette approche cognitive permet aux « technologies de la connaissance » centrées sur l’utilisateur d’enrichir l’environnement perçu pour synthétiser de nouveaux environnements directement compréhensibles, sans difficulté d’interprétation, en valorisant l’aide et la suppléance cognitives, en facilitant le confort d’usage et en minimisant le risque d’erreurs. La « vision tête haute » est un exemple des techniques d’aide cognitive, augmentant les capacités naturelles de l’usager. Elle permet à un opérateur de bénéficier directement dans le champ de vision utile d’un affichage de symboles ou d’informations prétraitées. Cet article présente les principes de cette méthode d’augmentation, et propose une prise en compte du facteur humain dans la conception de futures interfaces communicationnelles pour une « vision tête haute » naturellement facilitée.

Mots-clés. Cognition augmentée, communication homme-système, connaissances, homme augmenté, psychophysiologie, HUD, Interface Homme-Machine, réalité augmentée, systèmes embarqués, vision tête haute.

Abstract. The metaphor of an "augmented man" is today a challenge for the human-machine interfaces domain. This metaphor is based on the enrichment of particularly complex informations directly usable and presented to the user in embedded technical supplies. The cognitive approach allows "knowledge technologies" to be focused on the user. An exemple consist to enrich the perceived environment with synthesized information directly understandable without interpretation difficulty, valuing cognitive substitutions, facilitating ease of use, and minimizing the risk of errors. The "head-up vision" is an example of using new devices with cognitive technics, and increasing the natural capacity of the user. It

allows an operator to benefit directly in the field of useful vision of a display of symbols or pretreated informations.

This article presents the principles of this method, and proposes taking into account the human factor in the design of future communicative interfaces for a "head-up vision" naturally facilitated.

Keywords. Augmented cognition, Human-Machine Communication, Increased man, Psychophysiology, HUD, HMI, Increased reality, Knowledge, Augmented Reality, Embedded systems, Head-up vision.