

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 intersticielles 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

Editorial

A l'orée de sa deuxième année « nouvelle formule », la revue R.I.H.M. conforte la place qu'elle occupe dans la perspective des Interactions Humaines Médiatisées. Elle affirme et confirme son ouverture aux contributions inter-disciplinaires, tout en restant centrée sur la science de l'information-communication, et en capitalisant sur la diversité de ses apports.

L'augmentation très sensible des propositions soumises à R.I.H.M. atteste que ce nouveau positionnement rencontre les communautés scientifiques concernées. Ce numéro ouvre encore la palette des objets étudiés, avec cette fois une forte incursion du côté des réalités virtuelle et augmentée et du jeu publicitaire. Un regard très original sur la dimension communicationnelle de la traduction vient compléter le numéro.

En effet, le premier article proposé considère la traduction à la fois comme un travail sur les langues et leurs usages, mais aussi comme un processus de médiation communicationnelle. Une réflexion sur les locuteurs, la nature et la légitimité de leur interaction, la matérialité de leurs échanges conduit à une analyse en termes de pratique à la fois linguistique, politique et poétique qui instaure la traduction comme un outil majeur de médiation et de création interculturelle.

Le second article traite des dispositifs qui équipent « l'homme augmenté » et enrichissent l'environnement perçu. En « vision tête haute », ils permettent à un opérateur de bénéficier d'un affichage de symboles ou d'informations pré-traitées directement dans le champ de vision utile. L'article présente les principes de cette méthode d'augmentation et argumente pour une meilleure prise en compte des contraintes psychophysiologiques pour la conception des systèmes futurs.

Le troisième article nous fait entrer dans le monde de l'*advergame*, c'est-à-dire le jeu en ligne à vocation publicitaire. L'objectif est d'examiner la capacité de deux types différents d'*advergame* à construire la notoriété de marque et les associations de marque qui sont les deux dimensions de l'équité de marque. Les résultats montrent que « l'*advergame* illustratif » est plus efficace que « l'*advergame* associatif ».

Les deux précédents articles ayant ouvert des espaces qui brouillent les frontières de la Réalité, le dernier article apporte une contribution à la compréhension des rapports entre la réalité et la réalité virtuelle. Répudiant toute vision dualiste qui les opposerait ou les ordonnerait hiérarchiquement, l'article les fait coexister simultanément en tant que compossibles actualisés, et revisite par ce biais la nature de notre rapport au monde.

La revue reste fidèle au format de 4 articles longs en *varia* pour cette nouvelle saison qui s'ouvre. Nous vous souhaitons à toutes et à tous une très bonne lecture en vous remerciant vivement de l'intérêt que vous portez à R.I.H.M.

Sylvie **LELEU-MERVIEL** et Khaldoun **ZREIK**
Rédacteurs en chef