

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Volume 12, numéro 2

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 12 - N° 2 / 2011

© **e**uropia, 2012

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://europia.org/RIHM>

rihm@europia.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 DeVisu

Khaldoun Zreik, Université Paris 8, Laboratoire Paragraphe

Comité éditorial / *Editorial Board*

- Thierry Baccino (Université Paris8, LUTIN - UMS-CNRS 2809, France)
- Karine Berthelot-Guiet (CELSA- Paris-Sorbonne GRIPIC, France)
- Pierre Boulanger (University of Alberta, Advanced Man-Machine Interface Laboratory, Canada)
- Jean-Jacques Boutaud (Université de Dijon, CIMEOS, France)
- Aline Chevalier (Université Paris Ouest Nanterre La Défense, CLLE-LTC, France)
- Yves Chevalier (Université de Bretagne Sud, CERSIC -ERELLIF, France)
- Didier Courbet (Université de la Méditerranée Aix-Marseille II, Mediasic, France)
- Viviane Couzinet (Université de Toulouse3, LERASS, France)
- Milad Doueihi (Université de Laval - Chaire de recherche en Cultures numériques, Canada)
- Pierre Fastrez (Université Catholique de Louvain, GREMS, Belgique)
- Pascal Francq (Université Catholique de Louvain, ISU, Belgique)
- Bertrand Gervais (UQAM, Centre de Recherche sur le texte et l'imaginaire, Canada)
- Yves Jeanneret (CELSA- Paris-Sorbonne GRIPIC, France)
- Patrizia Laudati (Université de Valenciennes, DeVisu, France)
- Catherine Loneux (Université de Rennes, CERSIC -ERELLIF, France)
- Marion G. Müller (Jacobs University Bremen, PIAV, Allemagne)
- Marcel O'Gormann (University of Waterloo, Critical Média Lab, Canada)
- Serge Proulx (UQAM, LabCMO, Canada)
- Jean-Marc Robert (Ecole Polytechnique de Montréal, Canada)
- Imad Saleh (Université Paris 8, CITU-Paragraphe, France)
- André Tricot (Université de Toulouse 2, CLLE - Lab. Travail & Cognition, France)
- Jean Vanderdonck (Université Catholique de Louvain, LSM, Belgique)
- Alain Trognon (Université Nancy2, Laboratoire InterPsy, France)

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Vol 12 - N° 2 / 2011

Sommaire

Editorial

Sylvie LELEU-MERVIEL, Khaldoun ZREIK 1

De l'interaction homme-machine à l'activité médiatisée : apports et limites de la réalité augmentée en situation de visite muséale

From human-machine interaction to mediated activity : benefits and limits of augmented reality in museal visit situation

Viviane FOLCHER, Anne BATIONO-TILLON 3

Muséo : un visio-guide interactif à l'épreuve

Museo: trialling an interactive visio-guide

Sylvie LELEU-MERVIEL, Komi KOUNAKOU 25

De la conception à l'appropriation des collecticiels : l'incidence des pratiques informationnelles des concepteurs

From design to groupware appropriation: incidence of designers information practices

Pierre HUMBERT 65

Médiation de l'émotion et du niveau de traitement entre l'absorption cognitive et la satisfaction avec un site Web commercial

Mediation of emotion and information processing between cognitive absorption and website satisfaction

Imen ELMEZNI, Jamel-Eddine GHARBI 95

Editorial

Avec ce nouveau numéro, la revue R.I.H.M. achève sa quatrième année en tant que *Revue des Interactions Humaines Médiatisées*. Comme nous vous l'annoncions au précédent numéro, la revue a été reconnue comme qualifiante et figure désormais dans la liste des revues de rang A commune à l'AERES et au CNU de la 71^{ème} section, Sciences de l'Information et de la Communication. Elle est également indexée par la base internationale EBSCO Publishing. Sans nous arrêter à ces premiers résultats, nous poursuivons le travail pour la faire identifier et reconnaître aux meilleurs niveaux.

Comme c'est désormais la coutume, ce numéro de R.I.H.M. propose quatre articles. Deux d'entre eux portent sur le même champ d'application concrète, le renouvellement des médiations dans les visites muséales, avec d'un côté l'analyse des apports et des limites de la réalité augmentée, de l'autre l'évaluation d'un visio-guide interactif à destination des enfants sourds. Le troisième concerne les collecticiels, vus sous l'angle des pratiques informationnelles qui sous-tendent la connaissance du domaine sur laquelle s'appuient leurs concepteurs. Enfin, le dernier article examine dans quelle mesure l'intention de continuer l'utilisation d'un site commercial est influencée par la satisfaction avec ce site.

En effet, le premier article présente une étude empirique qui met en oeuvre et compare deux approches - approche de l'interaction homme-machine ; approche de l'activité médiatisée - afin de rendre compte des usages d'un guide de réalité augmentée en situation de visite muséale. Il plaide ainsi pour l'articulation d'une pluralité de cadres et d'outils afin d'enrichir et de compléter les analyses menées.

Le deuxième article présente Muséo, « Musée par Ordinateur », un dispositif expérimental permettant aux enfants sourds d'accéder visuellement et de manière ludique à des œuvres muséographiques via des interfaces numériques et/ou tactiles. L'étude évalue le dispositif d'un point de vue communicationnel en adoptant une posture d'expérimentation sur le terrain en situation écologique d'usage.

Partant de l'hypothèse que la conception de dispositifs numériques repose en grande partie sur la connaissance du domaine d'application que possèdent leurs concepteurs, le troisième article analyse l'échec d'un projet de conception d'un collecticiel, permettant ainsi de révéler à la fois les mécanismes socio-organisationnels sous-jacents et leurs incidences sur l'appropriation du dispositif par les usagers.

Enfin, le dernier article teste l'impact médiateur du niveau de traitement et de l'émotion entre l'absorption cognitive et la satisfaction avec le site. Les résultats montrent que les émotions positives médiatisent la relation entre l'absorption cognitive et la satisfaction, et que la satisfaction avec le site influence positivement l'intention de continuer l'utilisation du site.

Nous vous souhaitons à toutes et à tous une très bonne lecture.

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