

Tricot, A. & Molinier, P. (Eds.), (2002). *Compréhension et hypermédia. Approches cognitives, communicationnelles et sémiotiques*. Actes du colloque, Albi, 293 p.

Introduction

Il y a sans doute quelques dizaines de milliers d'années que les êtres humains sont amenés, dans leurs activités quotidiennes, à comprendre (ou à essayer de comprendre) des discours tenus par d'autres êtres humains. Si l'on a une conception assez large de la notion de discours, alors les êtres humains partagent cette activité de compréhension avec d'autres animaux. Comprendre un discours c'est se représenter quelque chose qui n'est pas nécessairement là mais qu'un congénère veut me faire partager (comme un danger, une source de nourriture).

Plus récemment, les êtres humains ont inventé les documents, c'est-à-dire des supports pour des discours, qui, à leur tour, peuvent être traités même quand l'auteur du discours n'est pas là. L'usage veut que l'on ne parle pas de compréhension de documents mais de compréhension de l'ensemble des signes inscrits sur le document : compréhension de texte par exemple.

La compréhension du discours et la compréhension du texte sont des activités humaines qui intéressent de nombreuses disciplines au sein des sciences cognitives, des sciences de la communication ou de la sémiotique. Il semble qu'il n'y ait pas d'oppositions fondamentales sur le fait que comprendre est bien une activité du sujet, et sur les trois distinctions suivantes :

- lire et comprendre : la première activité relève du décodage d'informations linguistiques écrites tandis que la seconde relève du traitement du contenu de ces informations linguistiques et plus largement du traitement de l'intention de l'auteur du texte;
- comprendre des images et comprendre un texte : le statut du code est différent dans l'image et dans le texte, la finalité reste la même, c'est-à-dire élaborer une représentation du contenu;
- comprendre pour comprendre et comprendre pour en faire autre chose : la première activité est sans doute un peu abstraite, peu présente dans la vie courante, la seconde omniprésente: on comprend une recette de cuisine pour réaliser un met, on comprend des horaires de train pour réaliser un voyage, on comprend un roman pour avoir une émotion, pour comprendre le monde, etc.

Nous n'infligerons pas au lecteur d'autres considérations générales sur la distinction entre comprendre et agir, ou sur celle entre comprendre et avoir une émotion.

Historiquement, les choses se compliquent un peu, et cela est curieux, quand l'auteur change de support, de média. Est-ce que comprendre un roman d'aventure et un film d'aventure est bien la même activité? A cette question il est certain qu'une réponse unanime n'existe pas.

Mais une question vraiment difficile apparaît avec les hypermédia, c'est-à-dire avec :

- la généralisation du support électronique;
- une intégration des modalités de traitement (plus encore qu'au cinéma ou à la télévision, on voit des images, on entend des discours en même temps qu'on lit des textes),
- un changement de structure, l'état du document à l'instant t dépendant d'une décision et d'une action prise par l'utilisateur du document à l'instant $t-1$ (comme dans les romans dont vous êtes le héros);
- et surtout un changement de statut, les documents étant reliés entre eux, pouvant être enrichis par leurs utilisateurs, etc.

Notons qu'avec l'accès en ligne, le sujet humain et le document n'ont plus besoin d'être co-présents pour que le premier traite le second.

En bref, avec le discours c'est le référent qui peut être absent.

Avec le document c'est l'émetteur qui peut être absent.

Avec le document électronique en ligne c'est le document qui peut être absent.

La structure non-linéaire, le support électronique, l'accès en ligne (Fig. 1) et plus généralement l'aspect réactif et dynamique du document, ... permettent-ils l'émergence de nouveaux discours? En quoi l'activité de compréhension de documents classiques est-elle modifiée? Ces questions sont posées depuis une quinzaine d'années (Streitz, Hanneman & Thüring, 1989; Rouet, 1990; Moulthrop, 1989; Grice, 1989 et plus généralement : Barrett, 1989; Hypertext'87). De façon plus radicale encore, ces documents ne sont-ils pas en train de redéfinir les statuts même d'auteur et de lecteur / spectateur au profit du statut unique d'utilisateur (Nelson, 1972)? Notons que pour ce dernier, l'utilisateur de l'hypertexte ou de l'hypermédia devrait être beaucoup plus que ce qu'il est aujourd'hui. Pour Nelson, l'utilisateur "crée de nouvelles structures textuelles associatives". Mais pour Nelson, "créer" s'entend dans un sens physique, pas seulement mental ! Les utilisateurs des hypertextes définis par Nelson sont des lecteurs et des auteurs de textes, des auteurs de commentaires de textes et de structures textuelles associatives associant les textes de l'utilisateur et ceux d'autres utilisateurs. Nelson indique évidemment que ces idées sont toutes issues du texte de Bush (1945). Ce dernier, comme Engelbart (1962), ayant pour objectif de concevoir des technologies capables d'augmenter le potentiel intellectuel des êtres humains.

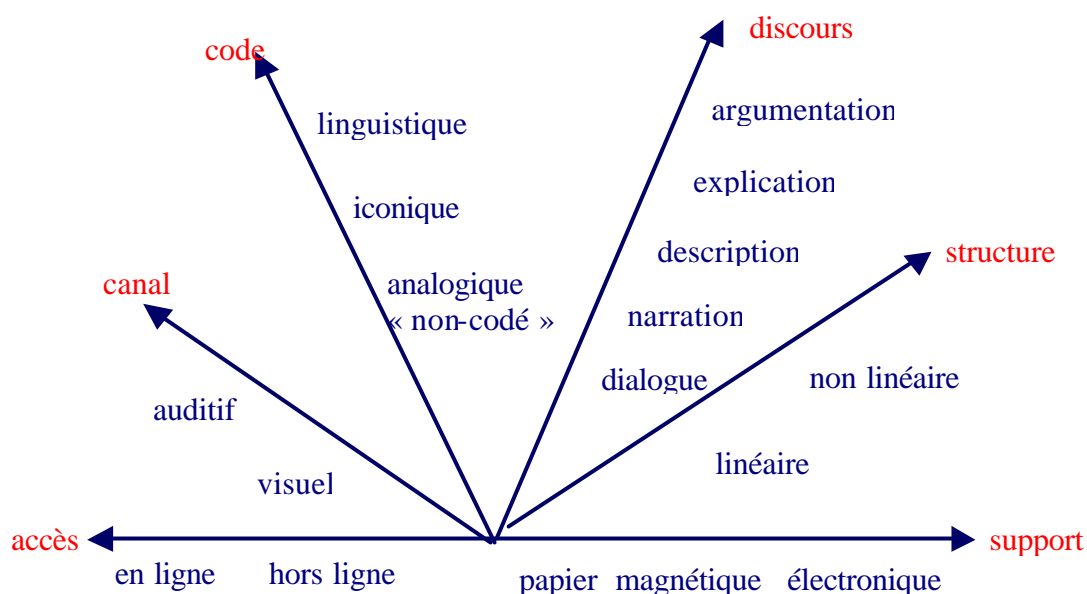


Figure 1. *Qu'est-ce qu'un document?*

Faisons le point. Nous venons d'écrire que les documents sont des supports de la compréhension sans présence de l'auteur, voire, avec les hypertextes, sans la présence du document lui-même. Les questions que soulève cette activité de compréhension sont anciennes, elles ont une quinzaine d'années. Il est même certain qu'elles sont en deçà de l'activité que les utilisateurs d'hypertextes "vrais" (et non pas réalisés actuellement) pourront avoir un jour.

Or, que se passe-t-il aujourd'hui?

- a. Ces dix dernières années ont vu se mettre en place des pratiques de divers systèmes tels que les jeux vidéo, les logiciels de formation, les bornes muséales, les cédéroms, les sites Internet, les DVD..., laissant une grande part d'initiative à leurs usagers.
- b. Les usages sociaux des hypermédias ne font que très rarement référence à la compréhension.
- c. La recherche sur la compréhension des hypermédias est encore marginale, au mieux émergente.

Pourquoi?

L'appropriation des hypermédia s'est organisée et s'organise dans un régime "d'invention du quotidien" tel que le décrit de Certeau (1990, p. L) : *"les procédures de la consommation contemporaine semblent constituer un art subtil de locataires assez avisés pour insinuer leurs mille différences dans le texte qui fait loi"*. Le faire prime sur les discours, les tâtonnements et les ruses pragmatiques devançant les représentations stratégiques, les "braconnages" et les "vagabondages efficaces" masquent la logique de ces pratiques.

C'est donc vers ces manières d'agir, ces procédures d'interaction devenues de plus en plus quotidiennes que nous souhaitons orienter nos travaux de ces deux jours, pour en saisir de façon théorique, les modes d'opérations, les structures d'action, les dynamiques, mais aussi les moyens de les influencer. Or, plusieurs recherches ont déjà été conduites sur ces "manières de faire", notamment dans les champs théoriques différents des sciences cognitives, communicationnelles et sémiotiques. Elles relèvent la place centrale qu'occupe, souvent de façon implicite, la production de sens : découverte des règles et recherche des indices dans les jeux vidéo, quête d'informations ou construction de connaissances sur des sites Internet, corrélation entre les "bonus" et le contenu des films sur DVD... Dans leur finalité d'usage comme dans leur saisie multimodale, les pratiques des hypermédia privilégient majoritairement les démarches de compréhension. C'est donc ces constructions individualisées de sens que nous souhaitons questionner dans leur contexte d'apprentissage, de travail, de loisirs...

Or, en considérant la diversité des pratiques et leurs finalités multiples, les richesses langagières de chacun des hypermédia, les particularités expressives de leurs divers genres, mais aussi les démarches créatives des concepteurs pour en optimiser l'accès et l'usage... la tâche apparaît suffisamment étendue et complexe pour mériter d'abord un partage partiel des connaissances acquises à ce jour, avant de rechercher les formes de coopérations prospectives.

Le concept de compréhension

Cette mise en commun présuppose de présenter comment chacun des domaines a adapté le concept de compréhension à la particularité des hypermédia.

➤ Pour les sciences cognitives, le thème de la compréhension de documents hypermédias a émergé il y a une dizaine d'années. Il intéresse, entre autres, la psychologie de la compréhension, la linguistique textuelle, l'informatique documentaire, l'ergonomie des interactions humain - système d'information. La compréhension concerne d'abord les travaux centrés sur l'utilisateur. On

étudie en particulier les effets de la multimedialité (textes lus ou entendus, images fixes ou animées, sons) ainsi que ceux de la mise en forme matérielle du document sur la compréhension. Des difficultés importantes sont rencontrées dans la modélisation du processus de compréhension des documents hypermédias, aucun cadre n'ayant à l'heure actuelle réussi à rendre compte de façon précise de l'ensemble des effets attestés. Il semble en outre que, pour un sous-ensemble des hypermédias, il faille rendre compte de l'articulation entre l'activité de compréhension et celle de recherche d'information, en modélisant notamment le traitement cognitif des fonctionnalités du document. Ces travaux centrés sur l'utilisateur doivent de plus en plus prendre en compte la compréhension de documents hypermédias produits automatiquement ou semi-automatiquement. On étudie en particulier la description et la génération d'objets composant un hypermédia, l'architecture de l'information, la description et la compatibilité de modèles de documents et de discours, etc. La compréhension étant rarement une activité non finalisée, de nombreux travaux sont consacrés à la compréhension de documents hypermédias en contexte (d'apprentissage, de travail, de loisir, etc.). L'évaluation de la compréhension de documents hypermédia est, enfin, un thème qui se développe. D'une part parce que les protocoles classiques d'évaluation de la compréhension de discours semblent limités et, d'autre part, parce que l'évaluation de l'utilisabilité des documents hypermédias est un enjeu extrêmement fort.

➤ Pour les sciences de l'information et de la communication, le sens se situe au centre de l'action de communication comme étant intrinsèquement lié à l'information portée par le message. Si la compréhension est traditionnellement positionnée du côté de la réception lors des activités de décodage, il est opportun de l'intégrer aussi dans les spéculations sémantiques effectuées par l'émetteur au moment de l'encodage.

Par opposition à la communication interpersonnelle, les hypermédia relèvent de la communication médiatée, car ils s'adressent à plusieurs destinataires, plus ou moins désignés, dans des temps et espaces, plus ou moins disjoints. Dans ce contexte, l'information qu'ils véhiculent, devient un objet social. Ce qui suppose qu'au-delà du référent exprimé, leur compréhension articule :

- les dispositifs techniques de la production (nature analogique ou virtuelle des images et des sons numérisés, modèles hypertextuels clôtés ou ouverts...) de la diffusion (hors ligne et en ligne) de la réception (interfaces, degré d'interactivité...)
- les procédures d'écritures, esthétiques et langagières (mise en écran, typographie, montage et articulation des média...)
- les conditions institutionnelles et sociales de la conception, de la réalisation, de la réception.

Ce dernier point fait l'objet de nombreux travaux aujourd'hui, comme ceux de Miège (2000) qui considère les hypermédia, pour plusieurs d'entre eux, comme des marchandises relevant des "industries du contenu". Ces produits culturels ou informationnels relèvent soit d'une *logique d'édition* qui s'appuie sur des supports individualisés (jeux vidéo, cédéroms, DVD...) soit d'une *logique de flot* fondée sur une programmation permanente, souvent dépendante de l'audience et des marchés publicitaires (une partie des sites Internet). L'interpénétration des deux est de plus en plus fréquente (jeux vidéo ou cédéroms encyclopédiques ouverts sur divers sites Internet). En conséquence, le régime de compréhension de ces hypermédia ne saurait ignorer les conditions collectives de leurs productions ni celles parfois oligopolistiques de leur diffusion.

➤ Pour les approches sémiotiques,

le concept s'ancre dans l'exégèse des textes religieux. Dans la tradition herméneutique, la compréhension constitue un premier mode d'appropriation du texte, son *actualisation* comme la nomme Eco (1992). Elle se prolonge d'un travail d'interprétation qui sélectionne un ou plusieurs traits particuliers pour les insérer dans des contextes d'ordre esthétique, idéologique, historique... La différenciation entre les deux concepts revêt une importance certaine lors de modélisations des processus engagés par les utilisateurs des hypermédia. Cependant du fait de leur interaction permanente, lors de ce colloque, nous référerons à la position de Ricoeur (1986, p. 174) : "*il apparaît possible de replacer l'explication et l'interprétation sur un unique arc herméneutique, et d'intégrer les attitudes opposées de l'explication et de la compréhension dans une conception globale...*". Prenant en compte cet arc herméneutique, la compréhension des hypermédiats intègre donc les processus sémiotiques, pragmatiques, sémantiques, et ce, aussi bien dans une recherche de cohérence locale que globale. Il est maintenant communément admis, que cette production de sens est régie par la coopération entre trois instances, l'utilisateur avec ses finalités d'usage, le contenu et la forme de l'hypermédia, les concepteurs dans leur réalisation collective :

- Les observations portant sur l'utilisateur, ont montré que l'expérience de réception se différencie de celle des autres médias. Ce qui a conduit Weissberg (2001) à proposer le terme de "spectateur" pour désigner cette posture particulière qui combine "*une expérimentation matérielle, intellectuelle et imaginaire (...) en commerce avec un dispositif numérique*". En quelques sortes, l'utilisateur de Nelson (1972). Une des caractéristiques principales réside dans l'exploration partielle d'un tout, symbolisé par les repères d'une interface graphique. Si l'hypermédia s'adresse à plusieurs "spectateurs" la singularité du parcours rend cette expérience unique, dont seulement quelques traits pourront être partagés dans une communauté d'utilisateurs. Le sens produit lors de ce parcours, ne correspond pas aux possibilités sémantiques du tout, ni à celles expérimentées par d'autres parcours. Cette individualisation aussi absolue de la compréhension, constitue une spécification de ce genre expressif, pour autant elle engendre un désir manifeste de collectif.

- La multimodalité caractérise la forme expressive des hypermédia. Dans cette organisation des textes, des images et des sons, Belisle (1999) montre la place centrale qu'occupe l'expérience audiovisuelle. En tant que telle, celle-ci suscite une perception sensorielle favorisant un investissement psychique plus immédiat, développant une "pensée sensible" en lien, plus ou moins étroit, avec la logique organisationnelle du texte et de l'architecture globale. A cette expérience centrale, vient se rajouter l'incidence de l'activité d'exploration ou "activité de navigation" et celle de la réalisation de la tâche dans laquelle est engagé l'utilisateur ou "interactivité de contenu". Autant de signes particuliers à interpréter dans leur singularité mais aussi dans le cadre des interrelations construites par diverses opérations de montage spécifiques des hypermédia.

- La place et la fonction de l'instance productrice sont révélées à partir de la portion de message constituée par le "spectateur". Ceci suppose la prise en compte de la dimension discursive, énonciative du moindre paramètre, afin de repérer la médiatisation opérée. L'étude des pratiques montre que de façon majoritaire le *champ référentiel*, informatif, factuel, immédiatement finalisé quant à la tâche en cours, est favorisé par rapport à ce *champ relationnel*. Cette attention au champ relationnel implique la saisie des indices textuels qui désignent l'émetteur et son positionnement, mais aussi de tous ceux qui affectent l'image (points de vue, cadrages, montages...) l'architecture de l'interface (hiérarchisation, valorisation, absences...) l'organisation des liens, les sollicitations d'interactivité, les

scénographies internes... Si la visée et le discours sont appréhendés dans leur globalité ils doivent être nécessairement rattachés à une expression collective.

On peut donc repérer que la tâche de compréhension sur le plan sémiotique, intègre un nombre de contraintes et d'items importants qui rendent les comptes-rendus d'analyse malaisés et confèrent un sentiment constant d'imperfection dans les tentatives de modélisation.

Les questions théoriques et méthodologiques qui en résultent

En reprenant les trois instances instigatrices de l'acte coopératif, nous pouvons présupposer des questions théoriques qui découlent de ces définitions et qui peuvent orienter les discussions de ces deux jours.

Autour de l'instance de réception :

La singularisation des parcours effectués lors de la fréquentation des hypermédia, même si leur autonomie apparaît contingentée par la structure des liens, a conduit à désigner parfois leurs utilisateurs comme des "co-auteurs" "d'œuvres ouvertes" qu'ils interprèteraient du fait de leur navigation. C'est dire la place accordée au "spectateur" dans la production de sens. Sans partager pour autant cette emphase, il nous semble nécessaire d'affiner l'étude des stratégies que ce dernier déploie face à la matérialité de l'hypermédia. Notamment la façon dont s'organise la combinatoire entre la multimodalité intrinsèque de chaque "écran" et le chaînage de ces écrans généré par les liens hypertextuels, produit de l'interactivité de navigation et de contenu. Dans la superposition et la concaténation de ces multiples signes, comment s'organisent leur pertinence et leur sélection par rapport à la tâche en cours ? Quelle part prend la pensée sensible dans ces processus de segmentation des unités signifiantes ?

Un autre domaine concerne la constitution des "horizons d'attente". Ceux-ci semblent déterminants pour permettre à l'utilisateur de se repérer très rapidement dans les formes d'hypermédias rencontrés et opérer des choix immédiats de parcours ou de sélection. Pour Jauss (1978), même dans sa rencontre première, un texte singulier, de par un jeu de références, d'annonce, de signaux, réfère à une série de textes antécédents, constituant un genre, instauré ou reconnu par le lecteur. Ce genre détermine un "horizon d'attente", il constitue une promesse de contenu et d'usage comme le déduit Jost (1999). Transposé dans le domaine de notre objet d'étude, ce concept se décline en diverses questions : Quelles procédures pour reconnaître ou instituer un genre, décider de l'appartenance à ce genre, évaluer les promesses qui en résultent ? Mais aussi : comment s'organise la relation entre la manipulation des fonctionnalités de l'hypermédia et la compréhension de son contenu ?

Autour du message

A ce jour, peu d'analyses convaincantes d'hypermédia ont été réalisées, car cet objet met en échec les tentatives de transfert des théories sémiotiques et textuelles conçues pour d'autres types de messages. Les outils élaborés pour établir la cohérence de structures finies (récits textuels ou filmiques, discours télévisuels promotionnels ou informatifs...) se heurtent au caractère fuyant d'une organisation dont le début consiste en proposition d'explorations ouvertes, alors que la fin est totalement improbable, notamment dans les systèmes en ligne. L'incapacité à rapprocher une partie (un parcours individuel) d'un tout, comme on peut le faire en cinéma à propos de l'étude d'une séquence d'un film, finit de décourager les tentatives de construction de cohérence sémantique.

Si l'on ne veut pas réduire la description analytique de l'objet aux différents récits de son exploration, il reste à définir, pour reprendre la démarche de Bazin (1970), une "ontologie" de l'hypermédia. A construire théoriquement un ensemble de paradigmes respectant cette spécificité qui permettent de découper des unités signifiantes adaptées à la particularité de cette expression. Expression qui jusque-là, a plus été pensée comme une combinatoire des langages convoqués par la multimodalité (linguistique, audiovisuel) que comme l'émergence d'un régime expressif autonome, au même titre que le cinéma ou la télévision. Ce chantier doit être nécessairement mené en collaboration avec les sciences cognitives, car cette écriture spécifique, s'origine et s'ajuste dans les capacités intellectives et sensibles du "spectateur".

Autour de l'instance émettrice

Si dans l'approche sémiotique, l'instance émettrice est appréhendée au travers des manifestations énonciatives, de l'intérieur du message, une connaissance externe provenant des travaux des sciences de la communication semble le indispensable pour en garantir la pertinence. Notamment en considérant que les hypermédia sont avant tout des produits pour lesquels les logiques commerciales et économiques priment sur leur finalité culturelle ou formatrice. Qu'en tant que tels, ils s'inscrivent dans un marché culturel où règne la compétitivité entre pôles de plus en plus globalisés et concentrés, où la complémentarité entre produits se décline sur des supports différents (film en salle, diffusion TV, édition vidéo ou DVD, accès au film par paiement à l'acte sur Internet ou chaîne satellite...).

Cette industrialisation renforce les processus de médiation entre les sources et leurs utilisateurs. Alors que celui-ci, au travers d'un jeu intersubjectif dissocié, semble participer à une communication tendant vers "l'auto-médiation", où sa singularité est reconnue et son locuteur apparaît de plus en plus transparent, il est en fait fréquemment le jeu d'une "inter-médiation" entendue comme "*une superposition d'espaces de médiation individuels et collectifs*" (Miège, 2000, p. 101). A titre d'exemple, les hypermédia sont souvent constitués de documents épars aux sources et finalités diverses, diffusés par des canaux complexes qui multiplient les médiations engagées : concepteurs multimédia, agences de photos, éditeurs musicaux, sociétés de logiciels informatiques, portails Internet, opérateurs de télécommunication... Ces données engagent notre réflexion sur plusieurs points qui finalisent l'attitude de compréhension : Quelle part occupe cette représentation de la médiation et quelles sont les conséquences sur le régime de crédibilité engagé par l'utilisateur ? Quelles sont les procédures spontanées ou différées d'évaluation et de validation de l'information constituée ?

Conscient de cette inflation de la médiation, il n'est pas incongru de penser les hypermédiations dans un statut d'œuvre autonome, résultant d'un régime expressif spécifique, par analogie avec les films, produits de l'industrie cinématographique. Ceci suppose une orientation de l'attitude interprétative en faveur de la qualité émotionnelle des objets considérés en tant qu'œuvre artistique. Si cette capacité des hypermédia à émouvoir a parfois été déniée, elle présuppose l'intégration d'une culture esthétique liée au support en relation étroite avec les divers discours artistiques qui s'organisent dans les champs voisins. Ceci nous engage à penser notre relation à l'objet autrement qu'en termes intellectifs : comment intégrer dans des navigations régies par l'efficacité et la rapidité de la quête les paramètres esthétiques des formes rencontrées ? Quels discours et pratiques construire pour identifier ces formes spécifiques comme par exemple la part sensible d'un lien hypertextuel ou l'efficacité plastique d'un mode d'interactivité ? Quelle mémoire élaborer de ces formes ? Quelles formations mettre en place pour sensibiliser à cette dimension ? ...

Ces questions devraient pouvoir être posées avec celles que posent deux courants des sciences cognitives. Du côté de l'ingénierie des interactions homme machine (IHM) et de l'intelligence artificielle (IA) on commence accumulé de nombreux modèles de conception (depuis le Dexter) et méthodes de conception. Du côté de l'ergonomie et de la psychologie cognitives, est en train d'émerger un tout nouveau champ : l'étude de l'activité de conception de site Web.

Nous espérons que ce colloque permettra des rencontres, fera naître des questions et, pourquoi pas, verra pointer de nouvelles pistes.

Références

- Barrett, E. (Ed.), (1989). *The society of text*. Boston, MA : MIT Press.
- Bazin, A. (1970). *Qu'est-ce que le cinéma ?* Paris : Cerf.
- Belisle C. et al. (1999). *Pratiques médiatiques*. Paris : CNRS.
- Bolter, J.D. (1990). Topographic writing : hypertext and the electronic writing space. In P. Delany & G.P. Landow (Eds.), *Hypermedia and literary studies*. Cambridge, MA : MIT Press.
- de Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien, 1-arts de faire*. Paris : Folio essais.
- Eco U. (1992). *Les limites de l'interprétation*. Paris : Grasset.
- Grice, R.A. (1989). Online information : What do people want? What do people need? In E. Barrett (Ed.), (1989). *The society of text* (pp. 22-44). Boston, MA : MIT Press.
- Hypertext'87 Proceedings*, Chapel Hill. New York, NY : ACM Press.
- Jauss, H.S. (1978). *Pour une esthétique de la réception*. Paris : Gallimard.
- Jost, F. (1999). *Introduction à l'analyse de la télévision*. Paris : Ellipses.
- Landow, G.P. (1990). The rethoric of hypermedia : some rules for author. In P. Delany & G.P. Landow (Eds.), *Hypermedia and literary studies*. Cambridge, MA : MIT Press.
- Miège, B. (2000). *Les industries de contenu face à l'ordre informationnel*. Grenoble : PUG.
- Moulthrop, S. (1989). Hypertext and "the hyperreal". *Hypertext'89 Proceedings*, Pittsburgh. New York, NY : ACM Press.
- Nelson, T.H. (1965). A file structure for the complex, the changing and the indeterminate. *Proceedings of the 20th ACM National Conference*, New York, NY : ACM Press.
- Ricoeur, P. (1986). *Du texte à l'action, Essais d'herméneutique II*. Paris : Seuil.
- Rouet, J.-F. (1990). Interactive text processing in inexperienced (hyper-) readers. In A. Rizk, N. Streitz & J. André (Eds.), *Hypertext: concepts, systems and applications*, pp. 250- 260. Cambridge : CUP..
- Streitz, N.A., Hannemann, J., & Thüring, M. (1989). From ideas and arguments to hyperdocuments : travelling through activity spaces. *Hypertext'89 Proceedings*, Pittsburgh. New York, NY : ACM Press.
- Weissberg, J.-L. (2001). Figures du récit acté (à propos de 18:39). *Médiamorphoses*, 2, 57-62.