

Aveugles, malvoyants et audiovision

James M Turner



Faculté des arts et des sciences
Ecole de bibliothéconomie
et des sciences de l'information

1

Plan

- Le projet
- Relations avec le Réseau E-Inclusion
- Collecte de données
- Contribution de la recherche

2

Le projet

- Contexte
- L'équipe
- Objectifs
- Questions de recherche

3

Le projet

Contexte

- Recherche sur l'audiovision
- Une conjoncture intéressante
- L'interdisciplinarité

4

Le projet
Contexte

Recherche sur l'audiovision

- Audiovision = *audio description*
- Audiovision:aveugles = sous-titres:sourds
- Oui, mais qu'est-ce que c'est ?

5

Le projet
Contexte
Recherche sur l'audiovision

Qu'est-ce que c'est ?

- Clip 1 : En toute sécurité (1 mn 40 s environ)
- Clip 2 : Home Security (1 mn 40 s environ)
- Clip 3 : Blinkity Blank (6 mn 34 s avec audiovision en français)
- NB : Ces productions ne sont pas typiques dans le sens qu'il n'y a pas de concurrence provenant de dialogues, narration

6

Une conjoncture intéressante

- Depuis le début de nos travaux (1995 environ), difficultés à obtenir des productions décrites
- En anglais, WGBH une bonne source
- En français, moins évident (peu fait ici, PAL en France)

7

Nouvelle réglementation

- Le CRTC exige maintenant qu'une partie de la diffusion numérique soit accessible aux handicapés auditifs et visuels
- L'ONF fait le sous-titrage depuis longtemps, dans les deux langues
- Projet d'environ 200 films décrits, une partie déjà disponible en ligne

8

Autres partenariats

- Dans le cadre du projet E-Inclusion, un partenariat déjà établi avec l'Institut national canadien pour les aveugles
- Beaucoup de collaboration, bassin de participants
- AudioVision (Toronto), également partenaire du Réseau de recherche E-Inclusion

9

L'équipe

- Chercheurs, partenaires
- Assistants de recherche

10

Chercheurs, partenaires

- Aude Dufresne, UdeM Communications
- Patrick Drouin, UdeM Linguistique
- Philippe Chartrand, ONF Informatique
- James Roberts, ONF Gestion collections
- John Stubs, AudioVision

11

Assistants de recherche

- En plus des chercheurs et partenaires, les assistants de recherche sont :
 - Sylvie Gastonguay, EBSI
 - Alexandre MacMillan, Communications
 - Mylène Boudreau, Linguistique
 - Observatrices :
 - Suzanne Mathieu, EBSI
 - Linda Rivest, EBSI

12

Objectifs

- Étudier le choix de mots employés pour décrire des images abstraites
- Enquêter auprès d'aveugles et de malvoyants concernant l'utilité de l'audiovision
- Comparer le texte de l'audiovision en français et en anglais afin de vérifier le degré de correspondance
- Évaluer le potentiel des mots-clé comme termes d'indexation

13

Questions de recherche 1

- Quelles sont les caractéristiques des mots employés pour la production des textes d'audiovision pour des films abstraits ?
- Quelle est l'expérience que vivent des aveugles et malvoyants lorsqu'ils assistent à une projection de films abstraits décrits par audiovision ?
- Est-ce que les aveugles et malvoyants sont satisfaits de la qualité de la description ?

14

Questions de recherche 2

- Est-ce que le texte d'audiovision de films abstraits en anglais est similaire à celui de l'audiovision en français ?
- Peut-on utiliser les mots-clé contenus dans les descriptions audiovision de films abstraits pour indexer ces films ?

15

Relations avec le réseau E-Inclusion

- Présentation
- Similarités de projets
- Synergie, atomes crochus
- Différences

16

Présentation

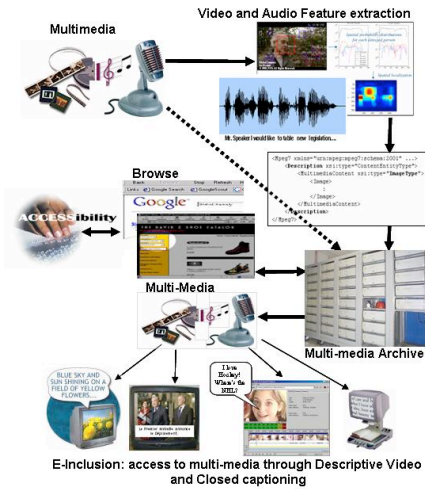
- Réseau de recherche E-Inclusion
(<http://e-inclusion.crim.ca/>)
- Subvention de Patrimoine canadien pour démarrer
- Partenariats avec ÉTS, McGill, Laval, UdeM
- INCA, ONF, AudioVision, une dizaine d'autres

17

Similarités de projets

- Un volet audiovision
- 1er projet :
 - typologie de la description
 - lignes directrices pour audiovision
- 2e projet :
 - automatiser l'audiovision ?
 - paramétrer la quantité de description, types d'information

18



Synergie, atomes crochus

- Une contribution au projet CITÉ-ONF :
 - Analyse plan par plan de l'audiovision
 - Calcul de statistiques
 - Identification de tendances dans les données
 - Synchronisation code temporel avec image

Exemple

	Blinkity Blank		Henipop		Il était une chaise		Le merle		Voisins		Caprices de Noël		TOTAL		TOTAL	%	
Référence	Français	Anglais	Français	Anglais	Français	Anglais	Français	Anglais	Français	Anglais	Français	Anglais	Français	Anglais			
6 -1/2+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
7 -2/1+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
8 -2/0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
9 -2/1-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
10 -2+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
11 -1/2+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
12 -1/1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
13 -1/0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3,5	1	4,5	0,65%	
14 -1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
15 0	44	42	20	19	82	91	29	36	64	66,5	89	89	328	345,5	673,5	97,89%	
16 0+	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	0,45%	
17 0/2+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
18 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
19 2+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
20 TOTAL	45	43	20	19	84	92	29	36	65,5	68,5	95	91	338,5	349,5	688	100,00%	
22															TOTAL	TOTAL	%
23 Typologie	Français		Anglais		TOTAL		TOTAL		%								
24 Action	34	37	16	13	71	74	24	29	47,5	49,5	74	67	265,5	269,5	536	45,10%	
25 Attitude	0	1	0	0	9	12	0	1	10,5	11	1	3	20,5	28	48,5	4,08%	
26 Décor	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0,5	1	2	3	3,5	6,5	0,53%	
27 Éclairage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	0,17%	
28 Espace	7	9	0	0	9	9	0	2	4	3,5	2	1	18	16,5	34,5	2,90%	
29 Expression	2	1	0	0	3	7	1	2	1,6	4,5	3	4	25	18,5	43,5	3,66%	
30 Habilleme	0	0	0	0	1	1	0	0	0,5	1	1	1	2,5	3	5,5	0,46%	
31 Méteo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0,08%	
32 Mouvement	10	5	1	4	47	36	0	0	33	36	28	29	119	110	229	19,27%	
33 Musique	16	11	5	3	2	14	11	2	3,5	2	3	41	32,5	72,5	6,18%		
34 Proportion	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	2	0,17%	
35 Rése	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	1	1	1,5	1	2,5	0,21%	
36 Scène	13	12	10	5	12	2	1	2	10,5	14	9	13	59,5	46	105,5	8,54%	
37 Son	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0,08%	
38 Temps	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	3	5	8	0,67%	
39 Texte	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2,5	0	0	2	4,5	6,5	0,54%	
40 Titre	6	5	5	5	6	6	5	2	5	4	4	4	23	25	48	4,04%	
41 Générique	6	5	2	4	4	4	2	2	1	1	4	4	19	20	39	3,28%	
42 Audiovision	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	
43 TOTAL	94	83	39	35	161	150	44	56	128,5	127	136	135	602,5	586	1189	100,00%	

Différences

- Dans le projet CITÉ-ONF, concentration sur 5 films expérimentaux de Norman McLaren
- Caractéristiques audiovision non typiques
 - images pas nécessairement évidentes à décrire
 - pas nécessairement de dialogues, narration = plus de place pour l'audiovision
 - il n'y a pas vraiment de plans
 - notre typologie ne s'applique que peu

Collecte de données

- Visionnements
- Cécité 101
- Résultats préliminaires
- Analyse

Visionnements

- Trois types
- Contraintes

Trois types

- 1. Visionnements le dimanche après-midi, activité de loisirs organisée par Anne Jarry de l'INCA
 - Longs métrages (*Le fabuleux destin d'Amélie Poulain*, *La vie est un long fleuve tranquille*)
 - Elle a accepté que nous (E-Inclusion, CITÉ, ONF) venions faire une collecte de données
 - On a invité les participants à venir à d'autres visionnements pour parler davantage

25

ONF

- 2. Visionnements organisés par l'ONF
 - Chercheurs d'autres projets invités
 - Questions ciblées aux besoins de l'ONF
 - On voit que les mêmes points reviennent
 - Avec l'expérience, on n'enregistre plus, on prend des notes

26

Plus en profondeur

- 3. Visionnements à l'INCA
 - Organisés pour collectes E-Inclusion
 - On a ajouté les films de McLaren au programme
 - Discussions plus en profondeur

27

Contraintes

- Une partie des visionnements à caractère loisirs, il ne fallait pas abuser
- Enregistrement de commentaires difficile, conditions peu contrôlés
- Formulaires de consentement un peu plus compliqués que d'habitude
- Appels téléphoniques pour recrutement seulement à partir des bureaux de l'INCA

28

Cécité 101

- Parmi la clientèle de l'INCA, moins de 10% sont complètement aveugles
- L'INCA utilise une échelle, 6 niveaux de vision
- Il y a beaucoup de situations particulières (ont déjà vu, cécité temporaire, maladies)
- La population vieillissante de plus en plus une clientèle importante
- Paramétrage de l'audiovision vraiment de mise

29

Résultats préliminaires

- Certaines constantes
- Le paramétrage une évidence
- Autres observations

30

Certaines constantes

- Explications préalables nécessaires
- Sans éléments visuels, le paysage sonore plus difficile à trier :
 - niveau de son de la musique, bruits
 - distinguer narrateur, personne qui décrit

31

Le paramétrage une évidence

- Les discussions étaient concluantes !
- Mais quoi offrir et comment le faire ?
 - 3 niveaux de détail ? 5 ?
 - permettre d'arrêter le film et expliquer ?
 - types d'information ?
 - informations supplémentaires ?

32

Autres observations

- Le français c'est plusieurs langues
- Les personnes voyantes aiment ça aussi
- Différences individuelles, personnalisation, nouvelles technologies
- Ce n'est pas la peine de décrire certains films (par ex. *Colonisation des plaines de l'ouest*) : la narration occupe tout le paysage sonore

33

Analyse

- Analyse, typologie des contenus des discussions (à venir)
- Analyse linguistique entre les 2 langues

34

Contribution de la recherche

- Consolidation du corpus
- Recherche appliquée
- Objectifs CITÉ

35

Consolidation du corpus

- Le corpus de films décrits qui sont analysés est petit
- Ainsi, « toute contribution est bienvenue », contribue à confirmer ou infirmer les tendances
- La nature expérimentale des films étudiés dans ce projet ouvre un nouveau créneau dans le corpus

36

Recherche appliquée

- Une recherche qui répond à des vrais besoins :
 - ONF : un problème concret
 - aveugles et malvoyants : grand intérêt, grande soif, beaucoup négligés encore aujourd'hui
 - population vieillissante : clientèle de plus en plus important

37

Objectifs CITÉ

- Le projet un bon exemple de la synergie que CITÉ cherche à créer par l'interdisciplinarité des projets
- Construit sur une partie des travaux d'autres projets, interactions constantes
- Développement de nouvelles collaborations

38

FIN

james.turner@umontreal.ca

<http://mapageweb.umontreal.ca/turner>

39