

correspondance à la situation de recherche particulière dans laquelle l'utilisateur se trouve. Trois nouvelles fonctions du système de recherche d'information sont ainsi définies en termes d'utilisation du système : permettre la détection de la pertinence des documents retrouvés, permettre la compréhension des raisons de leur pertinence système, et permettre de procéder à une reformulation du problème d'information dans le cadre d'un processus itératif de recherche.

ETUDE DES MARQUEURS DISCURSIFS DANS LE DIALOGUE FINALISE

Nathalie Colineau

*Laboratoire de Communication Langagière et Interaction Personne-Système
Université Joseph Fourier, BP. 53, 38041 Grenoble Cedex 09
tel : 04 76 51 45 10 fax : 04 76 44 66 75
Email : Nathalie.Colineau@imag.fr*

L'étude que nous avons réalisée se place dans le cadre des analyses de discours, avec pour objectif de donner une interprétation des énoncés produits, en s'appuyant sur des marques linguistiques, prosodiques, actionnelles et contextuelles.

L'idée sur laquelle repose l'étude de ces marques est qu'un locuteur donne dans son énonciation suffisamment d'"indices" pour être compris, indices qui permettront à l'interlocuteur d'interpréter ce que le locuteur a voulu dire. En effet, il apparaît que ces indices linguistiques reflètent l'organisation voulue par le locuteur et que l'allocutaire les exploite comme guides lors de l'interprétation des énoncés.

Dans un premier temps, une analyse linguistique a été faite sur un corpus de dialogues oraux finalisés. Ce travail a permis de déterminer un ensemble de marques pertinentes, et de répertorier leurs différents emplois dans chaque contexte d'énonciation. Trois types de marques ont été retenus : les marques intervenant dans la détermination des actes de dialogue, les marques de connexion dont le rôle est de marquer la structure du discours et les marques de cohésion rendant compte des chaînes thématiques. Cependant les marques linguistiques à elles seules ne permettent pas dans tous les cas de déterminer l'acte de dialogue accompli, d'autres marques de nature extra-linguistique doivent être intégrés dans l'analyse. En effet, la situation dans laquelle sont produits les énoncés et le rôle de chacun des partenaires du dialogue contribuent aussi à la détermination des actes de dialogue accomplis. Afin d'intégrer ces informations dans l'analyse, un modèle des enchaînements d'énoncés a été élaboré, tenant compte à la fois du type d'actes de dialogue accomplis à chaque tour ainsi que du rôle occupé par le locuteur dans l'interaction.

Dans un second temps, un modèle informatique a été élaboré comme outil pour tester la pertinence de ces marques et ainsi la validité de notre approche. La tâche du système consiste à partir des marques discursives relevées, à déterminer si l'énoncé produit est une requête, une question, une information donnée, etc.

Enfin, pour valider notre approche et montrer la pertinence des marques discursives collectées, nous avons analysés trois corpus de dialogues oraux. Nous montrons ainsi le comportement réglé de ces marques et l'importance de leur prise en compte dans l'interprétation des énoncés.