

**L'analyse des sites web est-elle toujours pertinente ?**

## **Chapitre 4 :**

# **Analyses des représentations des publics et des usages des internautes : retours critiques**

**Laboratoire Communication et Sociétés EA 46 47 - Université Clermont Auvergne**

**Mardi 28 et mercredi 29 mai 2019**

Maison de la Recherche, 4 rue Ledru, 63000 Clermont-Ferrand

## **1 - Problématique**

Les internautes, par leurs usages des sites web, constituent des publics dont les concepteurs essaient de capter l'attention. C'est par la représentation que ces derniers se font de leurs publics que les sites web se construisent et évoluent. Cette représentation est notamment permise par le fait que les usages des internautes laissent des traces, quelle que soit la catégorie de sites (sites commerciaux, sites administratifs, sites de collectivités, sites d'entreprises, sites d'associations, sites collaboratifs, sites d'actualité...). Ces usages des sites et les analyses dont ils font l'objet nourrissent les travaux de recherche de différentes disciplines.

Inscrite dans le cycle d'échanges et de débats engagés lors des trois premiers chapitres dédiés à la pertinence de l'analyse des sites web, l'édition 2019 s'intéresse à la question des publics et des usages. Cette journée d'études vise à mettre en évidence des retours critiques à l'égard de l'analyse du web par le prisme de la confrontation des différences et des tensions entre audiences imaginées et audiences calculées, entre usages anticipés et usages réels des sites et médias sociaux des organisations.

Il s'agira ici de se focaliser plus précisément sur les deux grands axes suivants :

1/Les pratiques professionnelles et les représentations des publics ;

2/L'analyse des usages des sites dans la recherche académique.

### **Axe 1 : pratiques professionnelles et représentations des publics**

Ce premier axe porte sur les pratiques des organisations en perpétuel changement. En effet, par le biais d'interfaces numériques, les professionnels en charge de la communication en ligne exploitent des datas (traces numériques) et se servent de dispositifs de suivi des audiences web pour travailler sur des stratégies d'ajustement et faire évoluer leurs interfaces web. Se posent ici des séries de questions relatives, d'une part à ces dispositifs de mesure mis à disposition des professionnels de la communication, et d'autre part à l'impact et à l'usage des données concernant les publics.

### ***1- A - Impacts des dispositifs de mesure d'audience des publics mis à disposition des professionnels de la communication***

- Qu'est-ce qu'une organisation qui communique en ligne sait-elle des publics qu'elle vise : profils, expériences du web, modes de consommation ou attentes ?
- Quels sont les effets des interfaces mises à disposition des *Community Managers* et des webmasters (cf. : Google analytics, Facebook analytics ou équivalent) sur les stratégies de communication en ligne ?
- Quels sont les prismes (économiques, professionnels, idéologiques, culturels...) de ces interfaces numériques ?

### ***1- B - Analyses des représentations des publics***

- Les responsables de sites web cherchent-ils vraiment à connaître leur public ou se contentent-ils d'une représentation standardisée et/ou normalisée ? Quel usage éventuel de la notion d'usager-modèle et des comportements concrètement adoptés par les publics ?
- En quoi la représentation des publics perçue par ces derniers contribue-t-elle ou non à augmenter/diminuer leur engagement envers l'énonciateur du site et donc sa fréquentation/audience ?
- En quoi les critères de mesure d'influence des *Community Managers* agissent-ils sur la représentation qu'ils se font de leur public ? Comment les dispositifs mis à leur disposition sont-ils prescripteurs et vont influencer sur la production de contenu du site internet à destination de ces publics ?
- Quel est l'impact d'une temporalité longue dans l'analyse et la représentation des publics de sites web (études longitudinales ou contrastives) ?

### **Axe 2 : Analyse des usages des sites dans la recherche académique**

La recherche en sciences humaines et sociales (sciences de l'information et de la communication, sociologie, sciences politiques, sciences de gestion, etc.) étudie les usages et pratiques des sites web depuis plusieurs années. Est abordé ici un questionnement lié à la manière dont le chercheur peut se saisir de dispositifs et des données produites afin de comprendre les pratiques des internautes et l'usage qu'ils font des sites web.

## **2- A - Approches compréhensives des pratiques et usages des internautes**

- Quelles analyses par le chercheur des motivations de l'usage des sites web par les publics : de la découverte pure et simple à la recherche réfléchie ?
- Vers une typologie croisée des usages des internautes (personnel, professionnel, individuel, collectif...), à court/moyen/long terme ?
- Quelles méthodologies pour une analyse compréhensive des usages de sites web : tests utilisateurs, traces d'audience (logs, services-ressources internes ou externes), entretiens individuels, panels, enquêtes chiffrées, analyses automatisées de données textuelles (avis, commentaires), analyses des datas, études sociologiques des représentations, observations participantes, analyses en sémiotique...
- Quelles conditions de scientificité et quelles limites épistémologiques pour chacune de ces approches ?

## **2- B - Analyses scientométriques des usages des sites**

- Analyse critique des *web metrics* : comment les données de fréquentation des sites internet sont-elles collectées (méthodes et techniques : insertion de codes, API...) ? Quels en sont les apports et les limites ?
- Comment ces données peuvent-elles être collectées, puis exploitées par des scientifiques ? Comment recoder ou traiter ces données en fonction de problématiques scientifiques préalables ?
- Que peut-on comprendre des usages des sites internet et des médias sociaux associés à partir de données dites « *site centrics* » ?

## **2 - Objectifs**

Journée d'études sous forme de conférences, tables rondes et démonstrations d'outils d'analyse abordant les deux principaux thèmes suivants :

1. Prise en compte du public au moment de la conception d'un site web et études sur les représentations du public visé (pratiques des professionnels de la communication, publics, engagement et création de contenus en ligne) ;
2. Etudes scientifiques des pratiques des internautes et de leurs usages des sites web (outils techniques de suivi et analyse d'audiences web, traces de comportements des usagers, enquêtes sur les usages et motivations).

Des contributions sont attendues dans toutes les disciplines pouvant s'intéresser aux questionnements que peuvent poser l'analyse des représentations des publics et des usages des internautes (sciences de l'information et de la communication, sciences de gestion, sociologie...).

### 3 - Historique

Cette journée d'études est la quatrième d'une série de manifestations scientifiques consacrées à la problématique du site web. Les 16-18 décembre 2016, une *première journée d'études* organisée par Patrick Mpondo Dicka, laboratoire LERASS, Université Toulouse 2, posait la question suivante : « L'analyse des sites web est-elle toujours pertinente ? ». Cette journée d'études, riche en échanges, a permis de mettre en évidence plusieurs éléments clefs documentés dans un ouvrage collectif paru aux éditions de Boeck<sup>1</sup>.

Une *deuxième journée* a eu lieu les 30 novembre 2017 et 1er décembre 2017, organisée par Nathalie Pinède, laboratoire MICA (Médiation, Information, Communication et Arts), Université Bordeaux Montaigne. Elle a traité plus particulièrement de la problématique des sites web émanant d'une organisation sociale, en prenant le terme « organisation » au sens large (entreprises, collectivités, institutions publiques ou privées, associations).

La *troisième journée* a été organisée par Peter Stockinger, laboratoire PLIDAM (Pluralité des Langues et des Identités : Didactique, Acquisition, Médiation), INALCO (Institut national des Langues et Civilisations Orientales) du 15 au 17 novembre 2018. Elle a prolongé la problématique de la place, de la fonction et de l'évolution du site web dans les nouveaux écosystèmes de communication multi- et interculturelle.

### 4 - Date et lieu

**DATE** : 28 et 29 mai 2019

**LIEU** : Maison de la recherche, 4 rue Ledru, 63000 Clermont-Ferrand

---

<sup>1</sup> Rouquette, Sébastien (éd.), *Site Internet : audit et stratégie*, Louvain-la-Neuve, de Boeck 2017.

## 5 - Modalités de soumission

Les **propositions de communication** sont à envoyer à Sébastien Rouquette [sebastien.rouquette@uca.fr](mailto:sebastien.rouquette@uca.fr)

Elles se présenteront de la façon suivante :

- La première page contiendra le titre de la proposition, le(s) nom(s) et qualité(s) de l'auteur/des auteurs, le rattachement institutionnel et coordonnées, 5 mots-clés maximum ;
- La deuxième page contiendra uniquement le titre et une proposition de communication 4000 caractères maximum (espaces compris, hors bibliographie).

## 6 - Calendrier

- Soumission des propositions : 11 mars 2019
- Réponse aux auteurs : 8 avril 2019

## 7 - Comité de pilotage

- Christelle Larguier – EA 46 47 Communication et sociétés, UCA ;
- Marion Rollandin – EA 46 47 Communication et sociétés, UCA ;
- Sébastien Rouquette – EA 46 47 Communication et sociétés, UCA.

## 8 - Comité scientifique

- Christelle Larguier – Université Clermont Auvergne/Laboratoire Communication et sociétés
- Luc Massou – Université de Lorraine/Laboratoire CREM (Centre de Recherche sur les Médiations)
- Patrick Mpondo Dicka – Université Toulouse 2 Jean Jaurès/Laboratoire LERASS (Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales), équipe CPST (Communication, Pratiques, Sens et Textualités)
- Nathalie Pinède – Université Bordeaux Montaigne/Laboratoire MICA (Médiation, Information, Communication et Arts)
- Marion Rollandin – Université Clermont Auvergne/Laboratoire Communication et sociétés
- Sébastien Rouquette - Université Clermont Auvergne/Laboratoire Communication et Sociétés
- Peter Stockinger – INALCO (Institut national des Langues et Civilisations Orientales) – Laboratoire PLIDAM (Pluralité des Langues et des Identités : Didactique, Acquisition, Médiations)

## 9 - Publication

- Ouvrage collectif à partir d'une sélection des travaux du colloque.
- Sélection en double aveugle par le comité scientifique du colloque et des experts invités.
- Publication chez ISTE Editions : collection « Systèmes d'information, web et société » dirigée par Jean-Charles Pomerol, nouvelle série « Sites web et écosystème numérique de communication » (à confirmer).