



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

Chapitre 2 : les sites web des organisations au cœur de dynamiques numériques plurielles

Université Bordeaux Montaigne – Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine

30 novembre – 1^{er} décembre 2017

Les 16-18 décembre 2015, une journée d'études organisée par Patrick Mpondo Dicka (université Toulouse 2) posait la question suivante : « L'analyse des sites web est-elle toujours pertinente ? ». La question est effectivement justifiée, au vu de la diversification des formes de communication et des dispositifs sociotechniques du Web depuis quelques années. Cette journée d'études, riche en échanges¹, a permis de mettre en évidence plusieurs éléments clefs. Tout d'abord, le site web demeure indéniablement un objet dont l'étude est légitime. Contrairement à certains dispositifs ayant tendance à s'étioler, comme les blogs, le site web n'est pas resté figé dans sa forme de première génération (celle du site web statique des années 1990), il n'a cessé d'évoluer, tant dans son design que dans les multiples services et interactions qu'il orchestre. Ce qui amène au deuxième constat, à savoir une difficulté persistante à définir les contours et le positionnement du site Web dans la stratégie de communication numérique des organisations. Il joue un rôle singulier, point d'ancrage et de régularité au cœur de la labilité du web, s'articulant avec des nouvelles logiques de médiations socionumériques (collectives, nomades). Et il en devient un objet complexe et protéiforme, son périmètre et sa forme variant considérablement du fait de l'imbrication des dispositifs et de l'hybridation des contenus. Enfin, dernier élément d'importance : la diversité des méthodologies d'analyse permettant d'appréhender et de décrypter le site web. Approches sémiotiques (Pignier et Drouillat, 2004 ; Stockinger, 2005), communicationnelles (Rouquette, 2009), textométriques (Barats et al., 2013), statistiques et webométriques (Parasie et Dagiral, 2013), pour ne citer que celles-ci, sont autant de regards et de lectures proposés pour le site web, en fonction de ses multiples dimensions.

Nous nous proposons de poursuivre les échanges et les débats engagés en 2015 à l'occasion d'un 2^{ème} chapitre de cette journée d'études. Il s'agit ici de faire un focus sur la problématique des sites web émanant d'une organisation, en prenant le terme « organisation » au sens large (entreprises, collectivités, institutions publiques ou privées). En effet, le champ organisationnel est l'un des champs dans lequel le site web garde une très forte légitimité. Le site web d'une organisation participe de sa présence numérique et pose notamment sur un autre versant la question de la e-réputation (Alloing, 2016).

Dans ce cadre-là, nous poserons notamment les questions suivantes :

- Comment se positionne le site web par rapport à l'écosystème organisationnel et à son écosystème de communication et d'information numériques ? Comment se joue la complémentarité avec d'autres dispositifs sociotechniques ?
- Comment s'incarne la présence numérique, voire l'identité numérique de l'organisation à travers son site web ?
- Quelles stratégies différenciées (de contenus, services, interaction) en fonction des types d'organisations et des types d'utilisateurs ?
- Quelles méthodologies d'analyse pour ce type de site web, permettant notamment de prendre en compte cette instance énonciatrice singulière qu'est l'organisation ?
- Quelles constantes et innovations au plan de l'interface et du design pour les sites web d'organisation ?

¹ Deux ouvrages présentant un certain nombre de prolongements de la journée d'études de Toulouse sont à paraître : l'un aux éditions De Boeck (sous la direction de Sébastien Rouquette) en septembre 2017, l'autre aux Presses universitaires du Midi (sous la direction de Patrick Mpondo Dicka) fin 2017.

- Quelles segmentations et typologies des usagers et des usages ?
- Quelles évolutions de ces sites web depuis plus d'une vingtaine d'années ?

DATE : 30 novembre et 1^{er} décembre 2017

LIEU : Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine (Pessac)

MODALITES DE SOUMISSION

Les propositions de communication sont à envoyer à Nathalie Pinède (nathalie.pinede@u-bordeaux-montaigne.fr). Elles se présenteront de la façon suivante :

- *Première page* : titre de la proposition, auteur(s), rattachement institutionnel et coordonnées, mots-clés (5 maximum) ;
- *Deuxième page* : titre et proposition de communication 4000 caractères maximum (espaces compris), hors bibliographie.

CALENDRIER :

- Soumission des propositions : 11 septembre 2017
- Réponse aux auteurs : 30 septembre 2017

Un ouvrage collectif rassemblant une sélection des communications révisées pour publication prolongera cette deuxième journée d'études.

COMITE SCIENTIFIQUE ET DE PILOTAGE

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)

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)

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Alloing, Camille (2016), *(E)réputation: médiation, calcul, émotion*, Paris, CNRS éditions.

Barats, Christine, Leblanc, Jean-Marc & Fiala, Pierre (2013), « Chapitre 5 – Approches textométriques du web : corpus et outils », dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (sous la direction de C. Barats), Paris, Armand Colin, p. 100-120.

Parasie, Sylvain & Dagiral, Éric (2013), « Chapitre 10 - Le site et son audience. Enquêter sur les « métriques du web », dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (sous la direction de C. Barats), Paris, Armand Colin, p. 212-227.

Pignier, N. & Drouillat, B. (2004), *Penser le web design : modèles sémiotiques pour les projets multimédias*, Paris, L'Harmattan.

Rouquette, Sébastien (2009), *L'analyse des sites Internet : une radiographie du cyberspace*, De Boeck.

Stockinger, Peter (2005), *Les sites web : conception, description, et évaluation*, Paris, Hermès sciences publication.