

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERITE ABDELHAMID IBN BADIS – MOSTAGANEM-

FACULTE DES LETTRES ETRANGERES  
DEPARTEMENT DE FRANÇAIS



MASTER

Rédaction Web et Medias

**L'architecture de l'information et les rubriques dans les sites Web  
des universités Algériennes  
(Mostaganem, Oran, Sidi-Belabess)**

Présenté par :

BENHALLOU Imane

Membres du jury :

Président : Mr. ROUBAI

Promoteur : Mme. NEHARI

Examineur : Mr. EL-GHOBRINI

Année universitaire 2014/2015

MASTER

**Rédaction Web et Medias**

**L'architecture de l'information et les rubriques dans les sites Web  
des universités Algériennes  
(Mostaganem, Oran, Sidi-Belabess)**

Présenté par :

**BENHALLOU Imane**

Examineur : **Mr. EL-GHOBRINI**

**Année universitaire 2014/2015**

## *Remerciements*

*Nous souhaiterions manifester nos reconnaissances particulièrement à Mr EL-GHOBRINI.M. D'une part, pour nous avoir donné l'opportunité de participer à ce projet qui a développé en nous une capacité de recherche et d'adaptation. D'autre part, d'avoir accepté d'être notre encadreur, avec un suivi constant et un intérêt démontré tout au long de notre travail.*

*Nous exprimons également nos remerciements à nos membres du jury Mme. NEHARI.N et Mr. ROUBAI.A.*

*Aussi, nous remercions chaleureusement le comité pédagogique de la formation Master Français option Rédaction Web et Medias, ainsi que nos collègues du projet, qui ont été nos compagnons de travail tout au long de cette riche période de stage durant laquelle nous avons traversé des étapes qui nous semblaient, au départ, insurmontables.*

*Et finalement un merci du fond du cœur, à toute personne ayant contribué de près ou de loin, à la réalisation de ce travail.*

# Plan De Travail

## Introduction générale

### Chapitre I : L'ergonomie et la rédaction Web

Introduction.....	12
1 L'ergonomie Web.....	12
1.1 Les grandes lignes de l'ergonomie Web.....	13
1.2 Les trois grands piliers de la charte ergonomique des sites internet publics.....	14
1.2.1 Les règles d'ordre général.....	14
1.2.2 Les règles sur les objets.....	14
1.2.3 Les règles sur les contenus.....	14
1.3 La démarche ergonomique.....	15
2 De l'ergonomie à la rédaction Web.....	15
✓ <i>La désorientation</i> .....	16
✓ <i>La surcharge cognitive</i> .....	16
3 La stratégie de contenu et ergonomie éditoriale.....	16
Conclusion.....	17

### Chapitre II: L'ergonomie des contenus et l'architecture de l'information

Introduction.....	19
1 L'ergonomie des contenus.....	19
1.1 La simplicité.....	19
1.2 Référentiel lexical.....	20
1.3 Comment organiser son contenu ?.....	20
1.4 L'architecture de L'information et l'ergonomie des contenus.....	21
2 L'architecture de l'information.....	21
2.1 Les composantes de l'architecture de l'information.....	22
2.1.1 Organisation des contenus.....	22
2.1.2 Systèmes de navigation.....	23
2.1.3 Terminologie, labels.....	24
3 Discussion.....	24
4 La Grille d'évaluation des rubriques.....	25

4.1	Les appellations des rubriques sont significatives .....	25
4.2	Le contenu correspond vraiment à la nomination .....	26
4.3	L'importance de la rubrique par rapport au publique cible et l'objectif du site .....	26
4.4	L'ordre des rubriques.....	26
Conclusion .....		26

### **Chapitre III: Présentation et analyse des cas d'étude**

Introduction.....		28
1	Justification du choix.....	28
2	Présentation des cas d'études .....	28
2.1	Le site de l'université des sciences et des technologies d'Oran USTO .....	29
2.2	Le site Web de l'université de Sidi-Bel-Abbess .....	30
2.3	Le site Web de l'université de Mostaganem .....	31
3	Présentation du questionnaire .....	32
4	Grille des réponses .....	33
5	L'analyse GARSUA .....	34
6	Proposition d'un modèle.....	36
Conclusion .....		36

### **Conclusion générale**

### **Bibliographie**

### **Annexes**

## *Liste des tables*

<b>Tableau 1 :</b> Le contenu de la barre des menus du site Web de l'USTO	29
<b>Tableau 2 :</b> Tableau descriptif des rubriques du site web de SBB	30
<b>Tableau 3:</b> Le contenu des rubriques du site web de l'université de Mostaganem	31
<b>Tableau 4 :</b> Grille des réponses	33
<b>Tableau 5 :</b> Catégories des questions	34
<b>Tableau 6 :</b> Modèle Type d'une barre des menus pour un site web universitaire	36

## *Liste des figures*

<b>Figure 1</b> : <i>La charte d'ergonomie Web</i> .....	14
<b>Figure 2</b> : Organisation des contenus .....	22
<b>Figure 3</b> : La navigation dans une page web. ....	23
<b>Figure 4</b> : Grille d'évaluation des Rubriques des Site Internet des Universités Algériennes (GARSIUA) .....	26
<b>Figure 5</b> : Site web de l'USTO .....	29
<b>Figure 6</b> : La barre des menus du site web d'USTO .....	29
<b>Figure 7</b> : Le site web de l'université de SBB .....	30
<b>Figure 8</b> : La barre des menus du site web de SBB .....	30
<b>Figure 9</b> : Site Web de l'université de Mostaganem .....	31
<b>Figure 10</b> : Barre des menus du site web de l'université de Mostaganem .....	31

# Introduction générale



# Introduction générale

L'avènement d'internet et la migration de l'information vers les sites web a rendu nécessaire la création de typologie et une organisation différente à celle du papier.

En effet, nous sommes passés des écrits journalistiques, oraux, audio-visuels aux écrits Web. Ces derniers doivent obéir à une certaine politique de traitement de l'information et de satisfaction des lecteurs complètement différente. La structuration de ces informations est une grande partie de cette politique, le lecteur doit avoir la possibilité de tout consulter facilement et en un temps record.

Alors, pour avoir une structure satisfaisante nous devons établir tout une architecture de l'information qu'on doit présenter sur notre site.

Pour *Amélie boucher*<sup>1</sup>, on doit travailler sur deux aspects lorsqu'on s'intéresse à l'architecture de l'information. Il existe en effet des principes d'architecture de l'information qu'on pourrait qualifier de standards, qui sont presque universaux. Cela peut être de grandes lignes directives, des points d'intérêt à étudier liés aux problèmes récurrents sur le web, des conventions quant aux emplacements ou aux labels.

De nos jours, les sites web sont devenus un outil indispensable pour chaque entreprise. Ils représentent un critère de fiabilité, de reconnaissance et constituent l'identité de l'entreprise. Ainsi, nous trouverons des sites web pour des organisations étatiques telles que les universités Algériennes.

En effet, Nous avons constaté sur ces sites la diversité de présentation des informations (du contenu et des rubriques). Certains, les nomment : accueil, facultés, recherches, contact. D'autres, les présentent comme : accueil, département, recherche et service. Un autre problème qui se pose aussi, est que le libellé de la rubrique consultée n'a aucune relation avec le contenu. Un internaute se retrouve désorienter face à ses différentes appellations et ordonnancement des rubriques.

---

<sup>1</sup> Amélie Boucher est consultante en ergonomie et architecture de l'information. (BOUCHER)

Alors, que pouvons-nous faire pour pallier à ce problème d'hétérogénéité des rubriques dans les sites web des universités algériennes ? Comment peut-on faciliter la navigation aux étudiants ?

Pour répondre à ces deux fameuses questions que se pose, chaque webmaster <sup>2</sup> et en particulier un rédacteur Web qui à son tour doit adapter ses écrits et faire face à ses grands défis de rédaction. Nous commencerons par donner une brève présentation de l'ergonomie des sites web et des techniques de rédaction. Ceci formera notre *premier chapitre*. Ensuite, nous passerons au *deuxième chapitre* qui parlera de l'ergonomie des contenus et l'architecture de l'information. A la fin de ce chapitre nous établirons une petite grille qui nous aidera à évaluer les différents sites web pris comme cas d'étude. Enfin, le *troisième chapitre*, présentera notre protocole de recherche et résultats qui fournira ainsi une réponse à nos questions.

---

<sup>2</sup> Un Webmaster est un gestionnaire de sites Internet (GALLET, 2005)

# **Chapitre I :**

L'ergonomie et la rédaction Web

### Introduction

Un Site Web ne représente pas seulement des pages accessibles à travers internet mais un peu plus, il est conçue à partir d'un ensemble de protocoles. En effet, il doit obéir à une certaine politique qui traite de la structuration des informations, l'accessibilité, l'interactivité et toute une stratégie de rédaction du contenu, pour qu'il soit attirant, fiable et facile à manipuler par les internautes.

Dans ce chapitre nous survolerons tous ce qui concerne l'ergonomie et la rédaction des contenus Web.

### 1 L'ergonomie Web

De l'utilisabilité à la faciliter d'accès plusieurs définitions ont été données à l'ergonomie:

*“L'ergonomie étudie l'activité de travail, afin de contribuer à la conception de moyens de travail adaptés aux caractéristiques physiologiques et psychologiques des êtres humains, avec des critères de santé et d'efficacité économique.”*(DANIELLOU, 1986)

*“L'ergonomie Web est un travail d'adaptation ou de création des contenus et fonctionnalités d'un site en vue d'en faciliter l'usage par ses visiteurs.”* (abc-netmarketing, 2003)

« **L'ergonomie** c'est le fait d'optimiser un site pour le rendre plus facile et plus agréable à naviguer. C'est également le rendre navigable pour tous et dans de bonnes conditions ». (Ergonomie web pour les nuls)

« L'ergonomie (du grec « ergon » - travail, et « nomos » - loi) est la discipline recherchant l'adéquation entre les caractéristiques humaines et les caractéristiques d'un outil. A l'heure où les contenus sur Internet se multiplient, le temps d'accès à l'information recherchée et la facilité d'utilisation d'un site deviennent déterminants. La réflexion sur l'ergonomie des sites Web revêt donc un caractère de plus en plus stratégique à mesure que les usages se généralisent et que la production de sites s'industrialise. La démarche ergonomique consiste à améliorer l'utilisabilité des sites, c'est-à-dire le degré selon lequel un site peut être utilisé, par des utilisateurs identifiés, pour atteindre des buts définis avec efficacité, efficience et satisfaction. » (DGME, 19 décembre 2008)

**En résumant**, l'ergonomie devient une partie inséparable de la conception d'un site web, elle doit garantir un service fiable, accessible de partout et à tout moment en un temps record.

### 1.1 Les grandes lignes de l'ergonomie Web (DGME, 19 décembre 2008)

Suite à la position qu'ont prise les sites web dans notre société, notamment dans les services publics. Il est devenu indispensable de maintenir la cohérence du paysage des sites Internet publics. Cette cohérence exige, entre autres, l'adoption de principes communs dans la conception des sites.

Le Conseil de Modernisation des Politiques Publiques du 12 décembre 2007 l'avait annoncé dans le cadre des mesures relatives à l'amélioration de l'accueil des usagers, le plan numérique 2012 l'a confirmé dans son action 125.

La charte ergonomique des sites internet publics a pour objet de définir un ensemble de règles ergonomiques communes aux interfaces des sites Internet publics. Elle s'inscrit dans le respect des standards du World Wide Web Consortium (W3C) et des principes des référentiels généraux d'interopérabilité (RGI), d'accessibilité (RGAA) et de sécurité (RGS).

L'harmonisation du paysage des sites Internet publics passe, entre autres, par l'adoption et le respect de règles communes dans la conception de ces sites et dans leurs principes de navigation. L'enjeu de cette approche est bien de renforcer la confiance des utilisateurs envers les sites publics. Elle participe plus généralement à l'amélioration de la qualité de ces sites et donc de l'accueil des usagers via le canal Web.

La charte s'applique nécessairement aux sites Internet institutionnels et aux sites de démarches en ligne de l'Etat. Elle peut aussi s'appliquer utilement à tous les autres sites de la sphère publique ( judiciaires et administratives, collectivités territoriales, établissements hospitaliers, établissements publics divers, organismes gérant des régimes de protection sociale, organismes chargés de la gestion d'un service public administratif, établissements de l'Education Nationale, etc.).

Le document est composé de 115 pages. Il contient les différentes directives classées sous 3 grands axes.

### 1.2 Les trois grands piliers de la charte ergonomique des sites internet publics (DGME, 19 décembre 2008)

#### 1.2.1 Les règles d'ordre général :

Cette partie contient les informations concernant :

- L'architecture de l'information
- Le système de navigation
- Lisibilité et considération technique

#### 1.2.2 Les règles sur les objets :

Elle traite tous les composants : boutons d'actions, liens, images, bannières ....etc.

#### 1.2.3 Les règles sur les contenus :

Elle s'occupe de la composition du site et de toutes les informations qui existent sur les différentes pages. En effet, elle traite la terminologie, l'assistance de l'utilisateur, la page d'accueil et les pages spécifique comme : le plan du site.

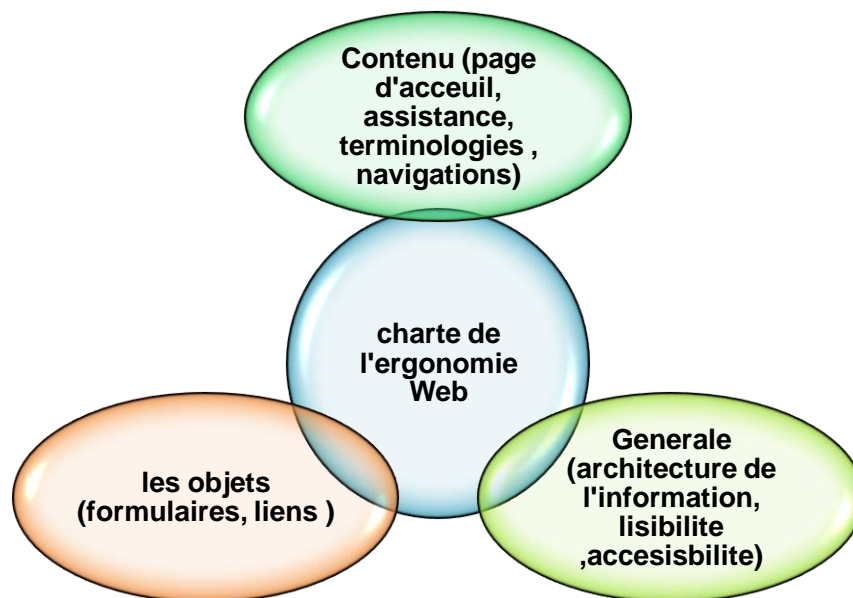


Figure 1 : La charte d'ergonomie Web <sup>3</sup>

<sup>3</sup>DGME Charte ergonomique des sites Internet publics Version 2.0 - 19 décembre 2008

### 1.3 La démarche ergonomique (Florence Millerand, 2001)

La démarche ergonomique est basée sur une philosophie de conception centrée sur les tâches, les utilisateurs et les besoins. Elle est guidée par quatre principes de conception :

1. Une attention immédiate et continue aux utilisateurs (et à leur travail);
2. Une conception intégrée (où tous les aspects de l'utilisabilité de l'interface sont regroupés et évoluent en parallèle);
3. Une évaluation immédiate et continue par les utilisateurs;
4. Une conception itérative (où l'on modifie le système sur la base des résultats de l'évaluation).

## 2 De l'ergonomie à la rédaction Web (Vandermeulen, 2012)

L'accord et la compréhension entre l'annonceur et ses cibles est un des grands piliers de la conception des sites internet dont il faut tenir compte pour présenter des produits ou des services.

Par contre, puisque internet est un media asynchrone ou l'information parfois n'est pas donnée directement en temps réelle .c'est à dire lorsqu'un internaute envoie une requête sur un produit la réponse n'est pas rendue immédiatement, il reste en attente de la connexion du propriétaire. Il faut donc trouver un moyen pour combler ce manque a savoir : l'interaction humaine en temps réel.

Ainsi, le contenu du site internet est devenu le premier facteur définissant la valeur de ce dernier. Car lui seul donne un sens et une utilité aux pages Web.

Alors qu'un autre problème apparait pour consulter des informations en ligne, plus précisément, lorsque l'information recherchée devient plus consistante au niveau du sens. Ce phénomène nécessite une activité qui sollicite beaucoup les capacités cognitives. Par conséquent, le lecteur visant un objectif précis généralement sur la page Web, doit savoir évaluer ses connaissances et ses besoins d'informations. Il doit pouvoir contrôler si l'information est pertinente. Et enfin, il doit prendre des décisions utiles pour atteindre son objectif.

De ce fait, Muriel Vandermeulen Directrice associée et fondatrice de l'agence Wearethewords attire notre attention sur les deux problèmes les plus rencontrés par les internautes :

### ✓ *La désorientation*

Elle se présente lorsque l'internaute n'arrive pas à faire le lien entre ce qu'il recherche et ce qui est devant lui. Il est donc perdu. Cela arrive quand il y a un manque d'orientation dans le site, l'internaute saute d'une information à une autre, d'un lien à un autre sans savoir vraiment ce qu'il rencontrera sur le prochain nœud.

### ✓ *La surcharge cognitive*

Quand plein d'informations sollicitent beaucoup de concentration de la part de l'internaute. Ce dernier est confronté à un défi inutile qui est celui du tri de l'information, selon ses besoins, plutôt que de se laisser guider par la navigation et la mécanique de l'interface. On appelle ça la surcharge cognitive.

Ce problème peut aussi se poser lorsqu'on est devant une interface abstraite et difficile à comprendre .

### **3 La stratégie de contenu et ergonomie éditoriale (Vandermeulen, 2012)**

Selon *Muriel Vandermaelen* : toute stratégie de contenu Web doit prendre en compte ces fondamentaux du média Internet à savoir la surcharge cognitive et la désorientation.

En d'autres termes, l'écriture web et de manière plus générale, toute stratégie éditoriale en ligne durable, doit avoir constamment pour objectif de viser la simplicité et la facilité d'appréhension des contenus Web.

### ***Et enfin, La rédaction Web***

La rédaction Web est une affaire d'ergonomie des contenus qui fait référence aux éléments éditoriaux.



### **Conclusion**

Dans cette partie, nous nous sommes focalisés sur les principes généraux de l'ergonomie et de la rédaction Web ainsi la relation entre ces deux concepts. En effet, la rédaction Web est une affaire d'ergonomie des contenus qui fait référence aux éléments éditoriaux. Alors, Qu'est ce que nous entendons par ces éléments ? Quelles sont les normes qui nous permettent de maintenir le contenu ?

Nous verrons ce point dans le prochain chapitre.

## **Chapitre II :**

L'ergonomie des contenus et l'architecture de  
l'information

## Introduction

À mesure que le média Internet mûrit, des standards se mettent en place, appuyés par des études et observations effectuées sur les comportements des internautes en situation réelle.

De jour en jour, nous mesurons d'avantage à quel point l'application de ces standards favorise l'expérience utilisateur.

### 1 L'ergonomie des contenus (Vandermeulen(2), 2012)

L'ergonomie des contenus web traite tous les composants éditoriaux qui visent la simplicité et l'intuitivité tout comme la logique du site internet. Elle s'appuie essentiellement sur l'expérience de l'utilisateur.

L'interface fournie à l'utilisateur lors de sa requête représente l'intermédiaire entre ce dernier et une série de tâches à accomplir. Alors, en l'absence de la communication en temps réel, nous serons obligés de prendre soin du contenu pour mieux répondre aux besoins d'un utilisateur.

D'où l'importance du processus de rédaction Web.

Par conséquent, nous devons mettre en place un vocabulaire fonctionnel et simple et ainsi qu'une organisation logique de l'information.

En effet, plusieurs précautions doivent être prises en compte, car il s'agit d'un contenu qui va être présenté un large public hétérogène. Alors, nous devons penser à les satisfaire et surtout les rendre fidèles à notre site internet.

*Amélie Boucher*<sup>4</sup>, dit qu'un site ergonomique n'est pas un site qui peut être utilisé par sa grand-mère, mais un site utile et utilisable pour ses audiences particulières.

#### 1.1 La simplicité

Selon *Muriel Vandermaelen*<sup>5</sup> « L'ergonomie éditoriale est donc fortement déterminée par le contenu puisqu'il s'agit également d'optimiser votre interface Web au niveau du

---

<sup>4</sup> Amélie Boucher est consultante en ergonomie et architecture de l'information. (BOUCHER)

<sup>5</sup> Directrice associée et fondatrice de l'agence Wearethewords.

*vocabulaire utilisé pour la navigation, la recherche et la consultation et l'incitation à l'action. Les libellés des rubriques, les boutons, champs de formulaires, titres de page, intitulés de liens hypertexte... etc. doivent être clairs et courts, cohérents et intuitifs pour les publics ciblés. Ils font partie d'une phase bien particulière de tout projet de rédaction Web. »*

C'est-à-dire, il faut tenir compte du niveau de l'utilisateur et ne pas oublier d'uniformiser tout le contenu de manière à avoir des informations liées et logiques.

### 1.2 Référentiel lexical

L'ergonomie des contenus Web ne vise donc pas seulement à réécrire les textes pour les adapter à l'écran : elle doit respecter le référentiel lexical de l'utilisateur et sa logique dans l'appréhension de l'information.

Enfin, l'architecture et la granularité de l'information, l'enchaînement et la longueur des pages, la répartition des volumes de contenus, de leur lisibilité, tous ces aspects éditoriaux contribuent tout autant au confort de la lecture interactive.

### 1.3 Comment organiser son contenu ? (Eve, 2003)

Eve Demazière, web-maîtresse a établi un ensemble de questions dans son ouvrage « Conception, suivi et animation d'un site web associatif » auxquelles doit répondre votre lecteur, rapidement et sans se tromper :

- ▶ " Où suis-je ? " : l'en-tête soit le titre du site identique sur toutes vos pages, répond à cette question ;
- ▶ " Où puis-je aller ? " : la barre de navigation simple et claire est toujours au même endroit ; vous pouvez séparer visuellement les rubriques de contenu des rubriques de type " Services "
- ▶ " Qui y-a-t'il comme information ? " : c'est la troisième zone, celle de la lecture.
- ▶ Espace fourre-tout : c'est très pratique de caler dans le " pied de page " quelques informations importantes, mais qui ne méritent pas l'espace glorieux du premier écran.
- ▶ " Sur quelle genre d'association suis-je tombé(e) ? ". Les photos que vous choisirez, les couleurs, l'organisation des pages, tout cet ensemble dispense une atmosphère,

celle que vous voulez donner de votre association (rigolote ? austère ? combattante ? baba-cool ? intello ? etc.).

### 1.4 L'architecture de L'information et l'ergonomie des contenus (Boucher, 2003)

L'architecture de l'information et l'ergonomie partagent une préoccupation commune : améliorer l'utilisabilité des interfaces. On ne peut pas hiérarchiser ces deux approches. Chacune fournit à l'autre des méthodes et connaissances pour évoluer.

On imagine donc difficilement un ergonomiste qui ne s'intéresserait pas à l'architecture de l'information (puisque c'est une composante de l'ergonomie) et réciproquement. La plupart des spécialistes considèrent que dans le but de concevoir des interfaces utilisables, on doit se préoccuper à la fois de leur ergonomie et de l'architecture de leurs contenus. Les objectifs visés étant très proches, un expert en ergonomie sera forcément intéressé par tout ce qui touche à l'architecture de l'information. C'est en effet ce qui lui permettra de bien faire son travail. Optimiser l'architecture de l'application augmentera la qualité ergonomique de l'interface en question.

## 2 L'architecture de l'information

Le premier objectif derrière l'architecture de l'information est l'amélioration de la navigation et de la recherche. Alors pour l'atteindre nous devons :

- ↳ organiser et nommer les contenus de façon cohérente et adaptés au public ciblé.
- ↳ S'intéresser à l'architecture de l'information, c'est-à-dire il faut que l'utilisateur trouve rapidement ce qu'il cherche sur le site ou dans l'application et qu'il sache à tout moment où il se trouve et où il lui est possible d'aller
- ↳ Si on prend pour exemple un site web, les préoccupations de l'architecte de l'information concourent à améliorer l'utilisabilité du site. Il travaillera notamment sur :
  - La facilité de la navigation,
  - L'architecture des contenus,
  - Tout ce qui concerne la recherche (localisation de la recherche dans le site, présentation et accès aux résultats de la recherche, fonctionnement du moteur de recherche, possibilités de recherches avancées / croisées...)
  - La façon de nommer les choses (les rubriques, liens, boutons, titres de pages...)

Ces éléments permettront à l'utilisateur de savoir à tout moment de quoi parle le site, où il se trouve et où il peut aller.

### 2.1 Les composantes de l'architecture de l'information

L'architecture de l'information s'articule autour de plusieurs principes : systèmes d'organisation, de navigation, appellation des éléments de l'interface et systèmes de recherche. Ce sont ces attributs qui permettront de concrétiser les choix d'architecture.

#### 2.1.1 Organisation des contenus

Le principe le plus évident d'architecture de l'information consiste en l'organisation des contenus de l'application. Cette organisation s'effectue généralement en 3 étapes :



**Figure 2 :** Organisation des contenus

Organiser les informations, c'est d'abord *lister tous les contenus* que l'on veut voir apparaître dans l'interface. Cette énumération peut se baser sur différentes sources : interface existante, besoins supposés des utilisateurs, besoins exprimés des utilisateurs, demandes du client (exigences marketing, de communication, stratégiques, de partenariats, etc.), analyse concurrentielle des interfaces comparables, etc.

L'étape suivante consiste à *catégoriser les informations* : elle consiste à ranger les informations dans des groupes

**La structuration des groupes** : on doit décider de la place de chacun des groupes en fonction

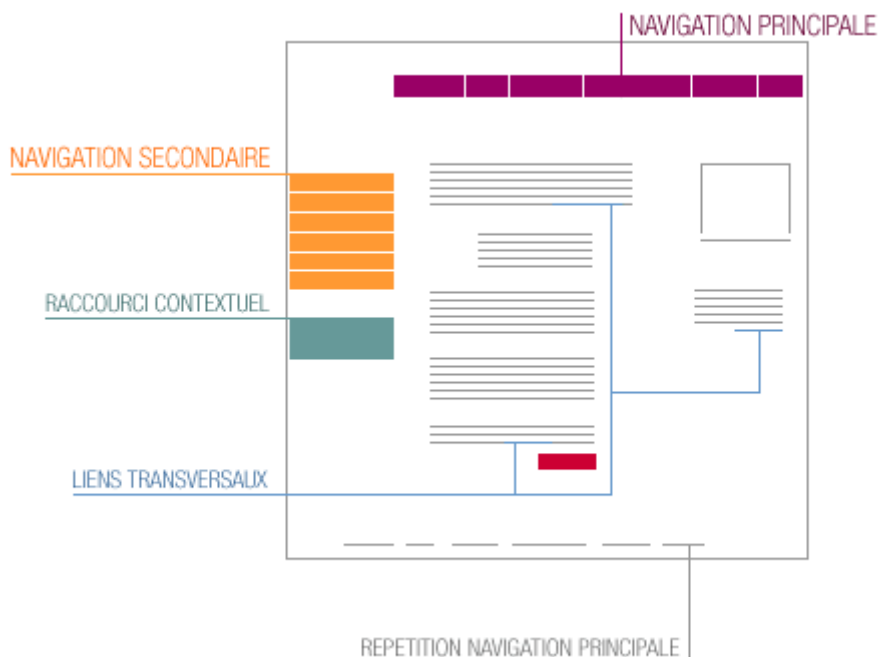
de leur importance respective et de s'attacher à déterminer l'importance des éléments à l'intérieur de ces groupes.

### 2.1.2 Systèmes de navigation

Le travail sur les systèmes de navigation consiste à concrétiser les choix déterminés par l'étape précédente, qui doivent être implantés dans une navigation.

Il s'agit de passer d'un modèle abstrait à une organisation visuelle et interactive des contenus. On doit donc choisir le type de dialogue le plus adapté et la localisation des éléments de navigation dans les pages. La conception des styles d'interaction sous-tendant la navigation, à savoir les liens, les boutons et rubriques, doit être étudiée pour faciliter la tâche de l'utilisateur.

Les différents niveaux de navigation devront correspondre à la structuration précédemment définie. On devra déterminer là où les navigations principales (navigations globales, principales et secondaires), mais aussi les navigations transversales, contextuelles:



**Figure 3:** La navigation dans une page web.

Organiser les systèmes de navigation, c'est aussi donner des priorités à chacun des contenus pour faciliter l'organisation de la page finale.

Les conventions qui existent dans le domaine du web nous imposent certaines règles qu'il convient de respecter. En effet, on doit pouvoir capitaliser sur la connaissance qu'ont déjà certains utilisateurs du web : ils connaissent la plupart des systèmes de navigation, leur comportement habituel, la localisation des options de menus classiques, etc.

Les spécifications sur la navigation devront aussi définir les étapes des procédures de dialogue homme-ordinateur (inscription, désinscription, gestion d'un panier, procédure de commande, contact, etc.).

### 2.1.3 Terminologie, labels

Une part importante de la réussite d'une architecture de l'information tient à la façon dont on réussit à transmettre les concepts sous-jacents à l'interface.

Chacun des éléments de l'interface, mis à part les images illustratives, porte un nom. Ce nom doit être évocateur de toute la signification qui se cache derrière. Si l'élément est un élément de navigation, le label doit pouvoir faire comprendre à l'utilisateur ce vers quoi l'élément mène (quel type de page, quel contenu...).

Les options de menu, boutons, titres de pages, libellés de liens, contenus internes, doivent être nommés de façon cohérente et inciter l'utilisateur de façon efficace. Là encore, certaines conventions régissent l'appellation des éléments d'interface, notamment des rubriques classiques (contact, accueil, produits, panier...).

Les contenus du site après inventaire peuvent être soumis à une étude approfondie, aboutissant à la création de thesauri, taxonomies et vocabulaires contrôlés. L'architecte de l'information est là un véritable gestionnaire de l'appellation des contenus.

## 3 Discussion

Le traitement du contenu des pages web est devenu de plus en plus recommandé. Cependant, ce n'est pas vraiment une tâche facile, plusieurs facteurs y interviennent. Il faut tout d'abord, prendre soin de l'interface. Cette dernière doit être simple, significative et donnant le maximum d'information aux visiteurs. Ils doivent trouver tout ce qu'ils cherchent



dés leurs entrées sur le site. Effectivement, la première page accédée par le visiteur doit contenir le plus d'information significative allant du corps de la page à la barre des menus.

Or, la seule information qui est identique et qui se trouve sur toutes les pages du site est la barre des menus. D'où l'importance de cette dernière. Ainsi, l'ergonome, rédacteur web doit tenir compte de ce point et prendre son temps à établir cette dernière. En effet, ce composant fait partie de l'architecture de l'information et plus précisément du système de navigation. Donc, il doit obéir aux règles proposées pour ces deux concepts.

En d'autres termes, la barre des menus ou les rubriques du site web doivent être plus représentatifs de telle sorte que lorsqu'on cherche une information, on ne se doute pas que cela ne puisse pas exister vraiment sous telle ou telle rubriques. Par exemple, si on cherche des informations concernant le propriétaire du site, logiquement on doit se diriger vers la rubrique service ou contact non pas vers une autre. Cela démontre la nécessité de maintenir la même nomination pour cette rubrique sur tous les sites web.

Aussi, il faut bien choisir les menus à intégrer dans la barre, ils doivent vraiment répondre aux besoins du visiteur en respectant l'objectif du site, ce n'est pas évident de trouver une rubriques services après vente sur un site web d'une université.

De plus, il serait inacceptable de trouver la rubrique service/contact en première position. Donc, il faut établir des règles pour faciliter la tâche de conception de cette barre des menus.

Enfin, puisque nous nous intéressons dans notre thèse à l'architecture de l'information dans les sites web des universités algériennes notamment les rubriques. Et suite aux informations présentées tout au long de ces deux chapitres à savoir ; l'ergonomie et l'ergonomie des contenus web ; nous pouvons présenter une petite grille d'évaluation des rubriques.

## **4 La Grille d'évaluation des rubriques**

### **4.1 Les appellations des rubriques sont significatives**

Il ne servirait vraiment pas à grand-chose de nommer une rubrique avec des acronymes ou des noms compliqués. Il serait de mise, le choix d'un vocabulaire des plus simplifier ainsi qu'une terminologie des plus significatives. Car, cela pousse l'internaute à réfléchir à ce qui le pousse à ne plus revenir de peur de fournir des efforts et de perdre son temps à comprendre ce que signifie le nom de votre rubrique.

#### 4.2 Le contenu correspond vraiment à la nomination

Chaque rubrique doit avoir un nom qui correspond à son contenu, c'est-à-dire que la rubrique accueil doit contenir une vue générale sur l'objectif du site.

#### 4.3 L'importance de la rubrique par rapport au public cible et l'objectif du site

Il est déconseillé d'utiliser plus de 7 rubriques dans un site internet. Alors, il faut bien choisir votre architecture, en particulier votre organisation de l'information.

#### 4.4 L'ordre des rubriques

L'ordre doit obéir aux règles de priorité des rubriques. Cette dernière est choisie à partir de l'objectif de votre site et de la demande des internautes.



**Figure 4 :** Grille d'évaluation des Rubriques des Site Internet des Universités Algériennes (GARSUIA)

### Conclusion

Dans ce chapitre nous avons essayé de voir toutes les normes concernant l'ergonomie du contenu et plus précisément l'architecture de l'information. Ainsi, nous avons établis une petite grille pour l'évaluation des barres des menus des différents site Web.

Dans le prochain chapitre nous allons appliquer notre grille sur les sites web des trois Universités algériennes (Mostaganem, Oran, Sid-Bel-Abbess SBB).

## **Chapitre III:**

Présentation et analyse des cas d'étude

## **Introduction**

Suite aux résultats obtenus et aux conclusions faites dans les chapitres précédents. Nous tenterons dans ce chapitre de faire une présentation et analyse des cas d'étude pris suivant la GARSUIA (Grille d'Analyse des Rubriques des sites internet des universités Algériennes).

### **1 Justification du choix**

Vu que nous appartenons à un environnement universitaire cela sera impardonnable de voir les problèmes des autres organismes et de négliger les notre. Nous devons tout d'abord traiter les besoins qui nous manquent suivant les règles de proximités.

Alors, nous avons remarqué que ces dernières années avec l'émergence des sites internet l'intérêt que portent nos étudiants aux sites web universitaires. Cependant, ces derniers se plaignent du manque d'organisation de l'information .Par conséquent, nous avons décidé de reprendre ce point et essayer de l'améliorer.

### **2 Présentation des cas d'études**

## 2.1 Le site de l'université des sciences et des technologies d'Oran USTO



**Figure 5 ;** Site web de l'USTO



**Figure 6 :** La barre des menus du site web d'USTO

Les rubriques	Le contenu
<b>Facultés &amp; instituts</b>	Les différentes facultés de l'université
<b>Vice rectorat</b>	Post graduation
<b>Bibliothèque</b>	La bibliothèque de l'université
<b>Recherche</b>	Laboratoire, projet
<b>Coopération</b>	Programme de bourses, convention
<b>Cours en ligne</b>	Des cours à télécharger
<b>Archives</b>	BAC 2014 , Recrutement 2014

**Tableau 1 :** Tableau descriptif des rubriques du site web de l'USTO

## 2.2 Le site Web de l'université de Sidi-Bel-Abbess



Figure 7 : Le site web de l'université de SBB

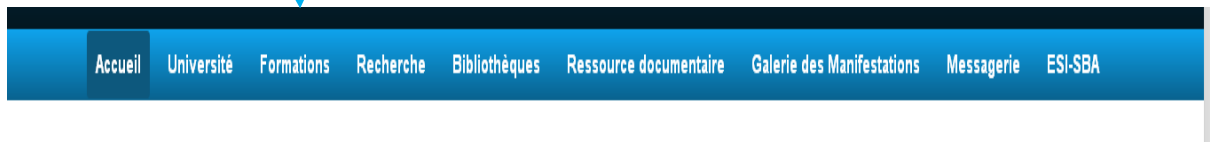


Figure 8 : La barre des menus du site web de SBB

Les rubriques	Le contenu
<b>Accueil</b>	Actualités
<b>Université</b>	Présentation de l'université, de la ville
<b>Formation</b>	Information sur les différents systèmes (LMD, classique...)
<b>Recherche</b>	Laboratoire, production scientifique, post-graduation
<b>Bibliothèques</b>	Centrale, faculté, SNDL
<b>Ressources documentaire</b>	Mémoire, projet de recherche
<b>Galerie des Manifestation</b>	Galerie de photos
<b>Messagerie</b>	Contacteur l'université, créer un compte
<b>ESI-SBA</b>	Ecole supérieur d'informatique

Tableau 2 : Tableau descriptif des rubriques du site web de SBB

### 2.3 Le site Web de l'université de Mostaganem



Figure 9 : Site Web de l'université de Mostaganem

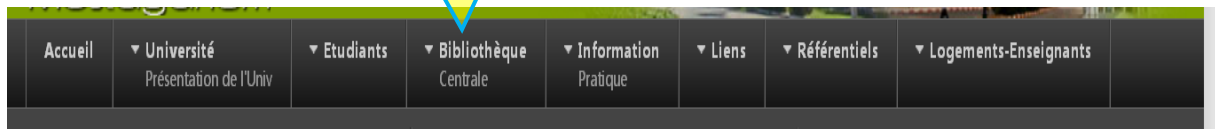


Figure 10 : Barre des menus du site web de l'université de Mostaganem

La Rubrique	Le contenu
<b>Accueil</b>	Actualités, offres, facultés
<b>Université</b>	Présentation et règlement de l'université
<b>Etudiants</b>	Guide de l'étudiant, inscription et réinscription
<b>Bibliothèque</b>	Bibliothèque de l'université
<b>Information</b>	Contacte de l'université
<b>Liens</b>	Quelques liens vers d'autres universités ou des sites des facultés de l'université de Mostaganem
<b>Référentiels</b>	Quelques adresses , liens utiles
<b>Logements/Enseignants</b>	Demande de logement pour les enseignants

Tableau 3: Tableau descriptif des rubriques du site web de Mostaganem

### 3 Présentation du questionnaire

*Statut professionnel : .....*

- ✓ Nous avons un public bien cerné. Nous nous adressons a toute personne qui s'intéresse a ce genre de site : étudiants, doctorants et enseignants.

1. *Où se trouvent les rubriques d'informations générales et d'actualités sur l'université dans chaque barre ?*

- ✓ Nous visons par cette question de mesurer l'importance des rubriques actualités et contact/services et si l'internaute arrive a se retrouver sur les site web .une question de nomination.

2. *Est-ce que ces trois barres sont complètes ?*

- ✓ Nous essayons par cette question de savoir c'est les barres de menus contiennent tout ce dont a besoin l'internaute.

3. *Qu'est ce qui manque à chacune ?*

- ✓ S'ils répondent oui sur la question précédente, ils doivent mentionner selon leurs points de vue ce qui manque à chaque barre. sinon, ils peuvent passer cette question

4. *Est-ce que selon vous la rubrique « archive » dans la première barre est nécessaire ?*

- ✓ Cette question évalue l'importance de cette rubrique par rapport au public ciblé

5. *Où peut-on trouver des informations sur les différentes facultés existantes dans chaque barre ?*

- ✓ Ou autrement dit, est ce que les titres des rubriques sont significatif ? c'est-à-dire a première vue, est ce qu'on peut avoir une idée sur ce que contient chaque rubriques en lisant seulement les noms.

6. *Selon vous et a première vu, que contient le menu bibliothèque dans chaque barre ?*

- ✓ Cette option a le même objectif que la précédente

7. *Est-ce que tous les menus des 3 barres sont nécessaires et respecte l'ordre de priorité ?*

- ✓ Nous visons par cette question de mesurer l'importance de toutes les rubriques par rapport a leur ordre .

8. *Est-ce qu'ils sont représentatifs de l'environnement universitaire ?*

- ✓ Nous entendons par cette question de voir si le contenu est au service du public ciblé.



9. *Quel est le titre le plus « approprié » marquant pour représenter les différentes facultés de chaque université ?*

- ✓ Nous cherchons à savoir les attentes et le niveau du public par rapport à la langue. Ce qu'il comprend et ce qu'il veut trouver sur de tels sites web

10. *Est-ce que le menu « logements-enseignant » est nécessaire ?*

- ✓ Ou est ce qu'il est nécessaire de le mettre en une rubrique à part ou bien l'intégrer dans une rubrique sous le nom d'enseignant. cette dernière peut contenir tout ce qui concerne les enseignants

11. *Quel est la nomination la plus signifiante pour designer la rubrique destinée aux étudiants (cours, logements, inscription ....etc.) ?*

- ✓ Cette question vise le même objectif que la précédente

#### 4 Grille des réponses

Question	Réponses
1	Site 1 : 7/11 -> facultés 1/11-> réseaux 2/11-> inexistante Site 2 : 5/11 ->accueil 2/11->Galerie 3/11 ->université 1/11->inexistante Site 3 : 4/11 ->accueil 4/11->informations 2/11 ->université 1/11->étudiant
2	Non : 9/11 Oui : 2/11
3	Informations, actualité, contact, étudiant, facultés
4	Non : 6/11 Oui : 5/11
5	Site 1 : 7/11 -> facultés 1/11-> rectorat 3/11-> inexistante Site 2 : 1/11 ->Facultés 1/11->ESI-SBB 6/11 ->université 3/11->inexistante Site 3 : 4/11 ->accueil 4/11->informations 2/11 ->université 1/11->étudiant
6	Documents :7/11 Articles : 4/11
7	Non : 7/11 Oui : 4/11
8	Non : 5/11 Oui : 6/11
9	Facultés : 7/11 université : 4 /11
10	Non : 5/11 Oui : 6/11
11	11/11 étudiant

*Tableau 4 : Grille des réponses*

## 5 L'analyse GARSUIA

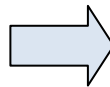
Nous allons dans cette partie, faire une analyse suivant la grille **GARSUIA** (Grille d'Analyse des Rubriques des sites internet des universités Algériennes) proposé dans le chapitre précédent.

Les Catégories	N° de questions
Les appellations des rubriques sont significatives	1, 9, 11
Le contenu correspond vraiment à la nomination	5,6
L'importance de la rubrique par rapport au public	4, 2, 3, 10
L'ordre des rubriques	8,7

**Tableau 5** : Catégories des questions

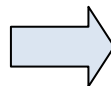
### ✓ *Les appellations des rubriques sont significatives*

Tout d'abord, Nous remarquons sur le premier site à savoir le site d'USTO que la rubrique accueil est absente, ce qui a mené les personnes questionnés à prendre la rubrique faculté pour la rubrique qui contient toutes les informations générales et les actualités de l'université avec un taux de 7/11. D'autres ont mentionné(e) que la rubrique demandé est inexistante.



Le site de l'USTO n'a pas une nomination significative

Concernant le site de SBB, 5/11 des personnes questionnées sont arrivées à reconnaître la rubrique accueil.

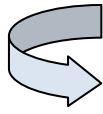


Le site de SBB intègre les informations générales et d'actualités dans la rubrique accueil

Par contre, nous remarquons que sur le site de Mostaganem, 4/11 des personnes sondés ont répondu que les informations générales et actualités se situées à égalité dans les rubriques facultés/informations.

De plus, en voyant les réponses données pour la question N : 9, nous constatons que le nom le plus adéquat pour une rubrique contenant les différentes facultés de l'université est : Facultés.

Enfin, pour la question N : 11 tous les questionnés ont opté pour « Etudiant » comme la nomination la plus adéquate à la rubrique dédiée aux étudiants.



*Il faut trancher sur le nom le plus significatif en revoyant le choix des questionnés. Suivant ce qui a été entamé dans les précédents chapitres, nous pouvons dire que pour représenter les actualités et informations générales, il faut opter pour **Accueil**. Aussi, pour les rubriques facultés et étudiants nous devons choisir respectueusement **Facultés et Etudiants**.*

✓ ***Le contenu correspond vraiment à la nomination***

Concernant le contenu par rapport à la nomination .7/11 des réponses récoltées sur le premier site favorise la rubrique faculté. Sur le deuxième 6/11 ont répondu université et sur le troisième site 4/11 réponses optent pour information et accueil. En consultant les sites nous remarquons que seule la rubrique faculté correspond vraiment à son contenu sans oublié les autres rubriques.



*Alors , il faudrait revoir la nomination par rapport au contenu. sachant que le manque des rubriques pousse le visiteur à choisir le nom le plus proche quant au contenu désiré.*

✓ ***L'importance de la rubrique par rapport au public***

En voyant les réponses donnée aux questions 2, 3, 4,10, nous remarquons que les questionnés affirment que les rubriques ne sont pas complètes et qu'il essentiel de les revoir. Certains demandent l'ajout d'une rubrique pour étudiants contenant tout ce qui les concerne, tel que ; informations concernant les inscriptions, pourquoi choisir cette université ? , des contacts avec les anciens étudiants. D'autres veulent avoir une rubrique informations, enseignants ...etc.

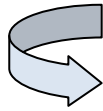


*Par consequent , nous devons tenir compte de ces suggestions en incorporant la rubrique **Etudiants , Enseignants , Informations et Contact** .*

✓ ***L'ordre des rubriques***

Nous constatons qu'à travers les réponses données aux questions 7 et 8 que l'ordre des rubriques, reste un critère essentiel dans la recherche de l'information.

Aussi, il devient un critère important pour représenter l'environnement universitaire avec un taux d'affirmation de 6/11.



Donc, il faut que l'ordre respecte les attentes du visiteur pour qu'il puisse trouver ce qu'il recherche en un court laps de temps.

## 6 Proposition d'un modèle

Suite aux informations et aux études faites (questionnaire, grille d'évaluation, l'analyse et la recherche bibliographique) nous pouvons proposer un modèle type de la barre des menus. Toutefois, ce dernier n'est pas définitif. En effet, on pourra toujours y apporter des modifications.



**Tableau 6:** *Modèle Type d'une barre des menus pour un site web universitaire*

## Conclusion

Dans ce chapitre nous avons effectué une analyse des différents sites web (Oran, Mostaganem, SBB). Ainsi, nous pouvons dire que ces sites ne respectent pas les points de notre grille d'évaluation.



# Conclusion générale

# Conclusion générale

L'émergence des technologies de communication et d'informations a favorisé l'apparition de nouveaux procédés techniques et rédactionnels. En effet, nous nous trouvons maintenant face à de grands défis qui imposent l'importance du contenu des applications et des pages web.

Aujourd'hui, l'ergonomie des contenus exige de nombreuses normes importantes pour garantir un service fiable aux clients vu que le media internet a un fonctionnement asynchrone. Avec, la place qu'a pris ce dernier, nous pouvons trouver des sites internet pour tous types d'organisations notamment les universités.

Cependant, les sites internet des universités et plus particulièrement les universités algériennes, rencontrent des problèmes au niveau de la langue. Cette dernière doit être lisible et compréhensible par les visiteurs qui passent énormément de temps à chercher l'information voire jusqu'à se retrouvés perdu.

Alors, dans ce travail nous avons essayé de revoir la structuration de l'information dans ce type de site internet. Nous nous sommes surtout intéressés aux barres des menus de trois sites internet à savoir : le site de l'USTO, SBB et Mostaganem.

Par conséquent, après avoir lu les écrits de (Vandermeulen, 2012) et (Boucher, 2003) nous sommes arrivé à établir une grille d'évaluation des rubriques que nous avons nommé GARSUIA. Suite à l'application de cette dernière sur nos cas d'études nous avons réussi à concevoir un modèle type d'une barre de menu pour un site web universitaire. Ce modèle pourra assister toute personne appartenant au domaine universitaire pour bien accomplir sa recherche et arriver aux résultats souhaités.

Enfin, les résultats que nous avons obtenus ne sont pas vraiment définitifs, nous aimerions bien nous approfondir dans la recherche avec un plus grand échantillon de sites internet et un questionnaire plus développé. Et ainsi, nous pourrions obtenir un résultat plus définis

# Bibliographie

1. **abc-netmarketing**. *"Réussir un projet de site web"*. 2003.
2. **Amélie, Boucher**. *Ergonomie Web*. EYROLLES, 2010.
3. **Boucher, Amélie**. «Architecture de l'information, quelles relations à l'ergonomie? .» 12 Novembre 2003.
4. **DANIELLOU**. *Ergonomie et projets industriels*. Paris, 1986.
5. **DGME**. *Charte ergonomique des sites internet publics*. France , 19 décembre 2008.
6. **Florence Millerand, Odil Martial**. *Guide pratique de conception et d'évaluation ergonomique de site web*. Montréal: Centre de recherche informarique de Montréal , 2001.

# Sitographie

1. **Vandermeulen(2)**, Muriel. *de-la-communication-a-lecriture-web-noubliez-pas-lergonomi*. 16 Février 2012. <http://www.ecrirepourleweb.com>.
2. **Vandermeulen, Muriel**. *Ergonomie des contenus et rédaction Web, deux revers, une médaille*. 11 Avril 2012. <http://www.ecrirepourleweb.com/> (accès le Mars 2015).
3. *Ergonomie web pour les nuls*. <http://www.superbibi.net/ergonomie-web>.
4. **Eve**. *CONCEVOIR UN SITE WEB*. 14 Février 2003. <http://www.web1901.org/article117.html>.
5. **GALLET, N.** (2005). *Les fonctions du webmaster*. Récupéré sur technicom: <http://www.technicom.com/fonctions-webmaster.php>
6. **BOUCHER, A.** (s.d.). *Amélie Boucher*. Récupéré sur eyrolles: <http://www.eyrolles.com/Accueil/Auteur/amelie-boucher-81447>

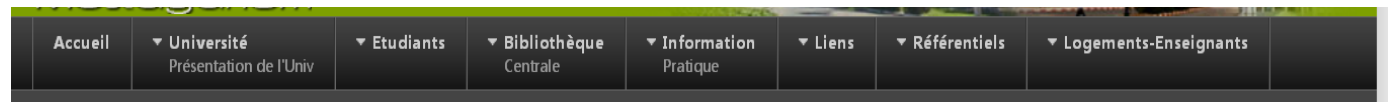


# Annexes

## Questionnaire :

Statut professionnel : .....

Voici 3 barres de menus de trois sites web universitaires :



1. Où se trouvent les rubriques d'informations générales et d'actualités sur l'université dans chaque barre ?

1. .... 2. .... 3. ....

2. Est-ce que ces trois barres sont complètes ?

1. Oui 2. Non

3. Qu'est ce qui manque à chacune ?

1. ....  
2. ....  
3. ....

4. Est-ce que selon vous la rubrique « archive » dans la première barre est nécessaire ?

1. Oui 2. Non

5. Où peut-on trouver des informations sur les différentes facultés existantes dans chaque barre ?

1. .... 2. .... 3. ....

4. je ne sais pas (1, 2, 3)

6. Selon vous et a première vu, que contient le menu bibliothèque dans chaque barre ?

1. Les documents présents dans la bibliothèque de l'université  
2. Les différents articles publiés  
3. Autres, comme : .....

