

Compte-rendu des conférences du 1, 2, 3 octobre 2014

Conférencière : Isabelle Sperano, enseignante à l'Ecole de Design de l'université Laval, Québec

Lieux de l'intervention : l'IMPGT (01/10) et l'ESPE (02 et 03/10) d'Aix-en-Provence

Participants : Véronique Rey, responsable du Master Rédacteur professionnel
Marie-Emmanuelle Pereira, responsable du Master Rédacteur professionnel
George Baldo, enseignant du Master Rédacteur professionnel
Marie Boche, ancienne étudiante du Master Rédacteur professionnel
Les étudiants en M1 et en M2, parcours Rédacteur professionnel

Rédacteur : Rémi Lemaire

Mots clés : architecture d'information ; stratégie de contenu ; système organisationnel ; environnement informationnel.

Table des matières

Introduction	2
Architecture d'information, stratégie de contenu dans une perspective de rédaction professionnelle	2
Définir l'architecture d'information (AI).....	2
Paradigme, approches et composantes de l'AI.....	3
La localisation.....	5
Atelier 1 : La localisation – duProprio.fr	5
Organisation de l'information sur le Web et ses enjeux macrostructurels.....	5
Vocabulaire du Web (1).....	5
Système organisationnel - définition.....	6
Ressources / contenu	6
Atelier 2 : animaux et catégorisation.....	6
Modes de représentation et d'évaluation des contenus numériques dans un environnement informationnel à canaux multiples	7
Vocabulaire du web (2)	7
Outils de conception/communication	7
Atelier 3 : stratégie de contenu dans un environnement à canaux multiples	8
Conclusion.....	8

Introduction

Ces conférences ont été données dans le cadre du Master Rédacteur professionnel de l'Université d'Aix-Marseille. Les responsables du programme, mesdames Véronique Rey et Marie-Emmanuelle Pereira, ont invité madame Isabelle Sperano à s'adresser aux étudiants inscrits en M1 et en M2. Cette dernière enseigne à l'université Laval depuis quelques années, dans une école de design. Elle possède une licence en rédaction professionnelle et design, une maîtrise en design multimédia et est actuellement doctorante en technologie d'information. Ses interventions visent à compléter la formation des étudiants en les faisant s'intéresser au contenant et aux stratégies informationnelles qui y sont liées.

Architecture d'information, stratégie de contenu dans une perspective de rédaction professionnelle

Définir l'architecture d'information (AI)

Morville & Rosenfeld définissent cette notion en 2006 comme la conception structurelle des espaces d'information partagée. Ils évoquent ainsi l'art et la science d'organiser et de cataloguer des sites Web, des intranets, des communautés virtuelles et des logiciels pour en faciliter l'utilisation et le repérage. Il s'agit donc d'une communauté de pratique émergente fondée sur l'apport de principes du design et d'architecture spécifiques à un environnement numérique.

Les sites web sont des systèmes d'informations complexes. Avec l'arrivée des téléphones portables et la diversification des médias (Facebook), le réseau informationnel se complexifie encore. D'où cette deuxième définition en 2011 de Resmini & Rosati : *IA is a professional practice and field of studies focused on solving the basic problems of accessing, and using, the vast amounts of information available today.*

Le terme de **stratégie de contenu** provient de la rédaction web ; il fait référence aux enjeux macroarchitecturaux de l'environnement informationnel. Il est le résultat d'une réflexion entamée dès les années 1970 avec RS Wurman sur la nécessité de penser d'information accessible dans une architecture ergonomique. Aujourd'hui, l'architecture informationnelle est une notion couramment évoquée et constitue un besoin réel au Québec et croissant en France. L'AI est désormais ubiquitaire : peu importe le média, l'important est d'organiser l'ensemble pour donner une harmonie générale. Cela requiert des techniques, des stratégies opérées dans une vue d'ensemble. Dès lors l'on pourrait se demander où est la place du design dans ce processus rédactionnel et non graphique ? Il prend la forme d'une expertise axée sur la résolution de problèmes et la gestion des contraintes, nécessitant de la recherche.

L'architecture informationnelle n'a pas vocation à être repérée, du moment qu'elle est fonctionnelle. Effective, elle diminue la perte de temps des utilisateurs et des employés, optimise la longévité du site et permet à l'entreprise de prendre des décisions plus éclairées. Ainsi, au Canada, pratiquement toute l'information gouvernementale passe par le numérique. Il ne faut pas voir en l'AI quelque chose de facile et d'évident. Lorsque M^{me} Sperano a commencé comme technicienne, elle s'occupait de l'intégrité du site web, le contenu souffrant de son manque de compétence et de temps. Il faut avoir une vue d'ensemble pour être en mesure de changer les choses.

Véronique Rey : *Après quatorze ans d'internet, on ne pourrait plus faire ce que tu faisais. Si l'on savait faire du web, est-ce que ce serait plus facile pour nous, rédacteurs ?*

Isabelle Sperano : *le même débat a eu lieu à l'école de Design ; à la licence, nous avons finalement enlevé ce type de formations depuis deux ans. Au Master, cela fait six ans que l'on a enlevé toute programmation. Si l'on propose aux étudiants en stage de faire un site web, ils n'ont pas le droit ; le code n'est plus une composante, encore moins dans les grosses entreprises où leurs propres développeurs front-end et back-end sont déjà à l'œuvre.*

Marie Boche : *Et est-ce toujours le développeur qui a le fin mot de l'histoire ?*

Isabelle Sperano : *Oui, cela existe encore : le spectre du SEO, du référencement demeure malgré le travail du RP. A la table de négociation, chacun défend son point de vue : le responsable marketing, le développeur, le RP. Nos étudiants s'affirment de plus en plus, arguments et connaissances à l'appui. Au fur et à mesure que les relations et les échanges se tissent, on se répartit les tâches de manière plus optimale. Il ne faut pas avoir peur de la figure du développeur et de son jargon ; ils en profitent parfois ! Allez vers eux, comprenez leur travail : l'AI n'est pas une expertise technique.*

Paradigme, approches et composantes de l'AI

La **microstructure** est constituée d'une page ; elle peut être d'accueil, de contenu, de circulation...

Véronique Rey : *Le mot page a-t-il une dimension ou se réfère-t-on juste à l'écran ?*

Isabelle Sperano : *il y a quelques années, on parlait de page-écran ; quand défilait la page, on comptabilisait ainsi. Les dimensions varient désormais : le standard est lié aux dimensions des écrans 1024x768 (980 pixels de large). Mais, aujourd'hui, il y a des microordinateurs, des tablettes... on parle donc de responsive web, le web adaptatif : la largeur doit s'adapter aux formats. Si j'ai une page de telle largeur, le contenu s'affichera ainsi. Un site web de trois colonnes devient colonne unique sur un téléphone... ce triple titre s'appelle un hamburger.*

La longueur d'une microstructure est assez variable. Le *scrolling* au départ répudié est aujourd'hui très populaire (Facebook notamment), le contenu se chargeant au fur et à mesure (*one-page size*). Plusieurs pages ainsi assemblées vont se retrouver au sein de **macrostructures** (l'AI originelle) qui doivent être adaptées au contenu. Une structure linéaire siéra à un tutoriel, Wikipédia n'est pas hiérarchisé mais hypertextuel... quant aux structures en facette (bibliothèques, Amazon), elles conviennent parfaitement s'il faut organiser une liste de produits de manière homogène et selon leurs propriétés.

La **suprastructure** est utilisée par beaucoup de sites gouvernementaux ; il s'agit de sites dits *parents* qui ont différents *enfants* pour gérer une masse informationnelle conséquente. Ce niveau architectural amène une série de questions : qui affiche quoi, avec quel degré de détails et d'actualisation ? quelle autorité, quelle régulation ? L'**interstructure**, s'occupe des interconnexions : Twitter, Facebook, chaîne YouTube, sites satellites... Elle requiert une gestion rigoureuse, au risque de voir l'image du site en pâtir. Parallèlement à ça et inspirée de l'IHM, l'IA s'intéresse à l'**Interaction Humain Information** (IHI) : l'humain et l'objet, le site web, le logiciel. L'approche y est plus informatique : est-ce que le site web fonctionne ? la personne le comprend-elle, accède-t-elle rapidement à l'information ? Par quels canaux ? cette information est-elle de qualité, respecte-t-elle les droits d'auteur ? *quid* de la durée de vie du contenu ?

Véronique Rey : *Aussi, il y a une adaptation à avoir avec le fait que le document ne vieillit pas, au contraire du papier. Avant, on voyait, on savait qu'il fallait le refaire. Aujourd'hui, le contenant reste éternellement jeune tandis que le contenu vieillit !*

Isabelle Sperano : *La difficulté est doublée, le site web pouvant être vieux et le contenu jeune !*

Véronique Rey : *On peut manquer de vigilance... ne faudrait-il pas un spécialiste ?*

Isabelle Sperano : *Microsoft a essayé de remédier à ça : un plugin à Internet Explorer indiquait à quand remontait la dernière mise à jour du site, ce qui avait été modifié en jaune...cela n'a pas pris, malheureusement. C'est pourtant un beau problème de design ; voir ce qui a été modifié. La datation quelquefois semble ne pas suffire...*

Dans le cadre de l'interface humain/utilisateur/lecteur, il faut savoir gérer les **représentations mentales** que les gens ont de la réalité en utilisant des libellés, des organisations différentes en fonction du public. De même que l'on n'a pas les mêmes attentes, que l'on soit sur un site d'infos ou d'images, prévoir les **comportements** doivent être pris compte (*information behaviour*). Comprendre l'information textuelle, numérique et mettre en commun diverses informations venant de différents endroits relève de la littératie. La moyenne (3) est généralement en deçà de ce que l'on devrait avoir dans notre société (France et Québec : 2,75). Il faut en avoir conscience, et favoriser le plus possible l'accès à l'information. Tenir compte de la **motivation**, des **particularités culturelles** (optimisation des sites) et de l'**accessibilité** (personnes handicapées) est également une nécessité.

La localisation

Traduire son contenu en fonction du pays n'est pas suffisant. Il faut aussi savoir s'adapter en fonction des particularités culturelles des lieux, des gens. On parle de localisation.

Exemple : en 1999, dans le cadre de la promotion du film satyrique québécois *Elvis Gratton*, on utilisa l'ironique slogan « Think Big ». 6 mois plus tard, ledit slogan fut repris par Preston Manning et l'Alliance Canadienne, un parti de droite conservateur. Bien que le Québec ne soit pas un objectif électoral, leur manque de connaissance de l'actualité culturelle québécoise leur a nui.

Véronique Rey : *une machine ne remplacera jamais la localisation, qu'elle soit inter ou intra nationale... Par le passé, la publicité pouvait s'adapter jusqu'au quartier ! Au Québec, le site web est bien fait s'il est fonctionnel ; en France au contraire, on a tendance à dire que celui qui ne comprend pas le site n'est pas compétent.*

Atelier 1 : La localisation – duProprio.fr

Pour illustrer l'importance de la localisation, les participants à la conférence se sont vus proposer le scénario suivant : « *l'entreprise québécoise duProprio désire exporter son concept en France. Elle prévoit mettre son nouveau site (duProprio.fr) en ligne dans les prochains mois. Afin de l'aider dans l'adaptation du contenu de son nouveau site Wen, duProprio fait appel à vos compétences rédactionnelles ainsi qu'à votre connaissance de la réalité culturelle française.* ». Pour ce faire, ils pouvaient consulter des sites d'immobilier québécois et français, poser des questions à l'intervenante, consulter le « Grand Dictionnaire Terminologique ». Il fallut par la suite modifier les numéros de téléphone, adresses, devises et unités de mesure, tout en traitant les particularités France/Québec (*condo, walk-in, taxe de bienvenue*).

Organisation de l'information sur le Web et ses enjeux macrostructurels

Vocabulaire du Web (1)

- X(html) : Structure de la page (langage de balisage)
- CSS (*Cascading Style Sheet*) ; mise en forme, mise en page
- Javascript, JQuery : Comportements, fonctionnalités
- Anatomie d'une page : logo, slogan, favicone, URL, titre de la page, liens utilitaires, navigation principale, champ de recherche, pied de page, seuil de scroll, résolution d'écran, dimensions, etc.
- Outils de conception/de communication : arborescence, maquettes filaires (*wireframe*)

Système organisationnel - définition

Le web comme tel n'est pas un système d'organisation ; il contient cependant des millions de systèmes organisationnels en son sein. Selon Glushko (2013), il se définit ainsi : « *an intentionally arranged collection of resources and the interactions they support* ». On peut organiser des objets ou des contenus physiques, numériques, des informations « à propos de ». Différents types de catégorisation existent : interne (Amazon), personnelle (comment range-t-on sa cuisine ?), du vivant (zoo). Certains sites comme Flickr ou YouTube proposent de catégoriser eux-mêmes leur contenu, à leurs risques et périls (*tagsoup*).

Ressources / contenu

La notion de **granularité** définit la taille du plus petit élément, de la plus grande finesse d'un système. L'unité dépend donc du contexte et de l'utilisateur. Sur une page d'accueil, le niveau de granularité sera souvent plus faible (Amazon) ; il faut pouvoir s'adapter à la demande (Loblaws propose les villes et les quartiers principaux de Montréal)

Véronique Rey : *On organise en catégories pour nous aider à mémoriser. Le choix de leur nom est très crucial. Il faut pouvoir prendre en compte différents types de publics.*

Isabelle Sperano : *Il ne faut pas se demander est-ce le mot juste ? mais bien est-ce la catégorie correcte pour placer ce mot ?*

Les **schèmes organisationnels** peuvent relever d'organisations dites « exactes » (alphabétique, chronologique, géographique, popularité) ou plus ambiguës (sujet, tâche, public cible). Il peut cependant y avoir des complications (alphabétique : nom ou prénom ?) ; à noter que la catégorisation est certes anodine, mais joue sur la perspective.

La catégorisation présente cependant quelques difficultés : elle est victime des points de vue et des biais qu'ils peuvent engendrer : la classification décimale de Dewey en est un bon exemple. Le contexte joue aussi énormément : le guide alimentaire canadien n'est pas le même qu'en France ; ce ne sont pas des documents scientifiques mais des outils d'éducation, victimes du *lobbying*. Enfin, un contraste de sens peut apparaître entre les catégories : l'aéroport de Montréal propose deux formules ambiguës, *Expressparc* et *Proxiparc*, qui perdent les utilisateurs.

Atelier 2 : animaux et catégorisation

Les participants à la conférence ont eu à organiser en binôme une liste d'animaux en tenant compte du contexte qui leur avait été attribué. Pour ce faire, ils avaient le choix du mode de représentation (arborescence, maquette, plan, tableau, autre type de schéma) qui leur semblait le plus approprié. Cela a mis en évidence qu'une même liste pouvait être pensée de différentes manières.

Modes de représentation et d'évaluation des contenus numériques dans un environnement informationnel à canaux multiples

Vocabulaire du web (2)

- Formulaire : champ de texte (*input*), case à cocher, bouton radio, bouton d'action, liste déroulante, liste déroulante à sélection multiple
- Flux RSS : fichiers XML utilisés par les sites d'actualité et les blogs pour présenter les titres des dernières informations consultables.
- Parallaxe : technique qui permet de faire déplacer des images disposées sous différentes couches.
- Design adaptatif (*responsive*) : principes et technologies dans laquelle un site est conçu pour offrir au visiteur une expérience de consultation optimale facilitant la lecture et la navigation. Quand on est sur tablette, téléphone, les dimensions changent ; la largeur fixe est un concept qui marche de moins en moins, d'où la nécessité d'un design adaptatif.

Outils de conception/communication

Comment faire pour travailler et analyser les contenus ? Il est possible de faire un **inventaire** et un **audit**. Cela revient à s'intéresser aux critères généraux, aux canaux et au flot informationnel (gestion du contenu), à la gouvernance, à l'objet, à l'utilisateur ainsi que les critères techniques. Une autre solution peut consister en la mise en place d'un **calendrier éditorial**. Il s'agit d'un outil de planification qui répartit le travail à fournir sur les différentes plateformes et les thématiques sur une période définie, en cohérence avec la ligne éditoriale. Quel que soit l'outil, la finalité reste la maîtrise des flux informationnels : quelle information, où, quand, est arrivée à qui ? Comment y répondre, à qui ?

Autre outil : la **charte éditoriale** qui explicite les objectifs de la publication, ses cibles, le dispositif éditorial et les règles rédactionnelles (forme et contenu). Plus schématique, la carte des canaux informationnels peut aussi convenir : il n'y a pas de bonne ou de mauvaise façon de faire.

Marie-Emmanuelle Pereira : *Tous ces documents relève-t-il de la demande professionnelle ou bien est-ce un choix personnel que fait le designer ?*

Isabelle Sperano : *Cela dépend. Entreprises et gouvernements y sont sensibles, mais n'y penseront pas forcément, ignorant le degré de compétence nécessaire pour leur mise en place.*

Atelier 3 : stratégie de contenu dans un environnement à canaux multiples

Au cours de ce troisième et dernier atelier, les participants avaient à réaliser une carte des canaux informationnels du site Web de citoyenneté et immigration Canada et y trouver des problèmes relatifs à la stratégie de contenu entre deux informationnels. Les étudiants en M1 et M2 purent ainsi s'apercevoir que l'efficacité d'un environnement informationnel dépend avant tout de son architecture, quelle que soit la qualité de son contenu.

Conclusion

L'architecture de l'information vise la catégorisation de l'information en une structure cohérente, de préférence compréhensible rapidement ou de manière intrinsèque par la plupart des gens. Elle est généralement hiérarchique mais peut avoir d'autres structures, telles que concentrique, voire chaotique. Dans le contexte des systèmes d'information de conception, l'architecture de l'information se réfère à l'analyse et à la conception des données stockées par les systèmes d'information, en se concentrant sur les entités, leurs attributs et leurs interrelations.

Il s'agit d'une notion que doit garder à l'esprit le Rédacteur professionnel, qui évolue dans ses structures. Bien que travaillant essentiellement le contenu, la connaissance de ces outils voire leur utilisation lui assurera une rédaction d'autant plus consciente et rigoureuse.