

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

**Chapitre 3 :
Le site web dans les nouveaux
écosystèmes de communication multi- et
interculturelle.**

**Institut National des Langues et Civilisations Orientales (INALCO)
Equipe PLIDAM – Pluralité des Langues et des Identités : Didactique,
Acquisition, Médiations.**

Jeudi 15 et vendredi 16 novembre 2018
Maison de la recherche – 2, rue de Lille – 75007 Paris

1 - Problématique

La communication des organisations (entreprises, collectivités, ONG, institutions patrimoniales, universités, ...) se déploie dans un contexte qui est caractérisé par :

1. La présence incontournable des écosystèmes numériques (web, réseaux sociaux, mobile, réalité augmentée, Internet des données, web des données, ...) ;
2. Une communication multiculturelle aussi bien à une échelle micro (locale) que macro (globale), inter-individuelle que « de masse » ;
3. Des nouvelles formes et pratiques de communication telles que la communication participative, la communication *bouche à oreille*, les stratégies du *réseautage social* (en anglais, *grassroot networking*) et du plaidoyer social (en anglais, *social advocacy*) ;
4. La création contrôlée d'écosystèmes culturels, langagiers et comportementaux entiers (cf. le terme anglais de « brandscape » qui veut dire *univers (sémiotique) de marque*) offrant aux publics visés (consommateurs, ...) des univers de sens tout faits comme dans des jeux vidéo augmentés ;
5. La veille (stratégique, culturelle, ...) pour anticiper des évolutions pouvant avoir un impact sur une organisation.

Tous les systèmes de communication sont concernés par ce phénomène : communication interne, communication B-to-C, communication institutionnelle, communication non-marchande, relations publiques, communication événementielle, etc. Se pose donc ici une série de questions relatives à la place et à la fonction du site web dans ces nouveaux écosystèmes de communication et aux « stratégies » lui permettant de répondre – bon an mal an – aux multiples exigences d'une communication entre acteurs (personnes, groupes, communautés, ...) dont les références et aspirations culturelles peuvent fortement varier.

2 - Objectifs

Colloque sous forme de conférences, de tables rondes et de démonstrations concrètes abordant les quatre *thèmes* suivants :

1. L'inscription du site web dans la communication à échelle globale et interculturelle d'une organisation (entreprise, ONG, université, collectivité territoriale, ...) ;
2. L'analyse et la conception de sites web répondant aux exigences d'une telle communication : gestion des variations linguistiques, culturelles, prises en compte des attentes des différents « publics » visés ;
3. Les enjeux de recherche interdisciplinaire et de développement technique (systèmes de gestion de contenus, web sémantique, données ouvertes, composants d'interface...) relatifs aux sites web dans un contexte de communication globale et interculturelle ;
4. Les enjeux pour l'enseignement et la formation : médiation numérique en contexte interculturel, enseignement des enjeux interculturels dans un contexte d'une part de conception – réalisation et d'autre part de réception et d'appropriation de sites web (corpus de sites web) par des publics culturellement et linguistiquement situés.

3 - Historique

Cette journée d'études est la troisième d'une série de journées 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 Boeck¹.

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

Une *deuxième journée* (organisée par Nathalie Pinède) a eu lieu du 30/11 au 1/12 2017 à l'Université Bordeaux Montaigne / Laboratoire MICA (Médiation, Information, Communication et Arts). Cette deuxième journée a traité plus particulièrement la problématique des sites web émanant d'une organisation sociale, en prenant le terme « organisation » au sens large (entreprises, collectivités, institutions publiques ou privées).

La *troisième journée* qui aura donc lieu à l'Inalco (Paris) se propose de prolonger la problématique ouverte par les deux précédentes en examinant, plus particulièrement, la place, la fonction et l'évolution du site web dans les nouveaux écosystèmes de communication multi- et interculturelle.

4 - Date et lieu

DATE : 15 novembre et 16 novembre 2018

LIEU : INALCO - Maison de la recherche – 2, rue de Lille – 75007 Paris

5 - Modalités de soumission

Les propositions de communication (d'une *trentaine de minutes* maximum) sont à envoyer à Melissa Lakrout (melissa.lakrout@inalco.fr). Elles se présenteront de la façon suivante :

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

6 - Calendrier

- Soumission des propositions : 3 septembre 2018
- Réponse aux auteurs : 20 septembre 2018

Un ouvrage collectif rassemblant une sélection des communications révisées pour publication prolongera cette troisième journée.

7 - Comité de pilotage

- **Peter Stockinger** – Filière « Communication Interculturelle » et PLIDAM INALCO
- **Melissa Lakrout** – Filière « Communication Interculturelle » - INALCO

8 - Comité scientifique

- **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)

9 – Références bibliographiques

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

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*, Louvain-la-Neuve, de Boeck

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

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