

A propos de l'auteur

Après quatorze ans dans la communication et sept ans dans la presse écrite suisse, Xavier de Stoppani s'est formé à l'édition Web avant de lancer **Vocables**, collectif spécialisé en création de sites Web orientés contenus: médias, collectivités et associations. Ses spécialités, l'écriture pour le Web, l'ergonomie et l'architecture Web, l'ont amené de plus en plus souvent à conseiller des équipes de techniciens et de graphistes.

Retourné depuis en formation, il est devenu coach et *facilitateur*. Il pratique désormais le coaching individuel ou de groupe, ainsi que l'accompagnement de responsables de sites Web, en les épaulant dans le pilotage de leurs projets.

Depuis de nombreuses années il coopère avec la FCJ qui l'a mandaté pour la rédaction de ce dictionnaire commenté du web.

Introduction

A l'heure où le Web prétend atteindre toutes les couches et âges de la population, où le moindre individu est invité à *communiquer sur la toile*, les nouvelles technologies de l'information restent d'un accès difficile. Même dans les blogs, les plateformes de *réseautage* et autres logiciels non professionnels, des opérations parmi les plus triviales restent complexes, tandis qu'un vocabulaire mêlant barbarismes et anglicismes ne cesse de s'étendre. Le journaliste se doit pourtant de comprendre ce monde dans ses fonctions essentielles, dès lors qu'il souhaite « *blogger* » ou « *manager une communauté* », c'est-à-dire prendre réellement part à ce nouveau monde, en acteur et non en passager soumis autant que naïf.

1. LE DICTIONNAIRE

Accessibilité

L'accessibilité, dans le jargon du Web, est le terme consacré pour évoquer l'accès de **tous** à l'information, et on pense ainsi le plus souvent aux non-voyants et mal voyants. Le W3C (Word Wide Web Consortium)* émet en effet des directives permettant aux sites de garantir cette accessibilité, et les administrations publiques exigent que ces règles soient appliquées sur les sites administratifs. L'accessibilité devrait effectivement devenir un must, d'autant que l'informatique bien pensée peut permettre à ces personnes de réaliser facilement des opérations qui, dans la vie courante, relevaient de l'exploit (remplir une fiche d'impôt, par exemple). Pour les non-voyants par exemple, un site doit être *lisible* par un logiciel audio, alors que pour les mal-voyants, il doit surtout être *agrandissable* sans perdre sa cohérence. (Visiter, pour la France http://fr.wikipedia.org/wiki/Accessibilit%C3%A9_du_web, pour la Suisse <http://www.access-for-all.ch/fr/accessibilite.html>).

Mais l'accessibilité, par extension, c'est le fait retransmettre la même information à tous les internautes, quel que soit leur équipement, leur type de connexion, leur aptitude au « surf », ET leur capacité visuelle. À noter qu'en matière d'accessibilité de l'information, il est aussi possible de traduire directement le texte de l'article en version audio (à l'instar de Agoravox.fr, aidé par le logiciel ReadSpeaker). Mais si un tel service présente une alternative au logiciel audio du non-voyant, sa « lecture » est fastidieuse : pas de possibilité de chercher un mot, lecture rapide impossible, format trop long pour l'audio (sur le Web, la durée optimale d'un son est de 1, 2, 3 minutes !).

Adresse IP

Voir « *IP (Internet Protocol)* ».

Adwords

Concept publicitaire appartenant à Google* et par lequel des bannières publicitaires s'affichent en fonction des mots tapés par l'internaute dans le moteur de recherche. Google se rémunère par un double système d'enchère et de clics (plus l'annonceur a accepté de payer cher le « clic » de l'internaute sur sa bannière, plus c'est sa bannière qui sera mise en évidence).

Agrégation

L'agrégation est la compilation automatisée de contenus issus de multiples sites Web, et leur réarrangement tout aussi automatique (par sujet, mots-clés, dates, urgence, etc.) en fonction des besoins d'un individu ou d'une plateforme. Exemple : *l'agrégateur* de flux RSS* Netvibes.

Ajax

Ajax (Asynchronous JavaScript and XML) n'est pas une technologie contrairement à l'idée répandue, mais un terme qui évoque l'utilisation conjointe d'un ensemble de technologies libres comme HTML*, CSS*, XML*, XSLT et JavaScript. Ce concept permet le rafraîchissement (voir « Cache ») d'une partie seulement de la page Web, du gain de temps et des effets réservés hier au logiciel Flash*, sans les limites de ce dernier. Exemple de site où l'Ajax permet des effets inespérés : Netvibes*, qui offre à l'internaute la possibilité de glisser-déposer (voir Drag and drop*) des fenêtres dans la page Web.

A la mano

On nomme ainsi les données posées manuellement, le plus souvent par un informaticien ou un administrateur du site. La plupart des liens d'un sont gérés dynamiquement et/ou via des algorithmes*, mais on peut préférer agir manuellement pour placer ici et là (exemple, en page d'accueil) des sujets prioritaires au lieu de s'en remettre au système.

Alertes

Dans une société de l'information exigeante en termes d'instantanéité et de personnalisation *, les systèmes d'alerte qui abonnent les internautes aux sujets les intéressant représentent un must. Exemple trivial : je souhaite être informé quand la température descend de x degrés, je reçois alors un mail (ou SMS) quand ce cas se produit, ainsi qu'un article associé à ce thème. Ou encore : je souhaite recevoir les dernières nominations dans les grandes entreprises. Ces systèmes ont généralement un certain succès, car répondant à des besoins très précis, contrairement aux newsletters souvent trop généralistes et donc peu lues.

(Voir aussi « *Personnalisation* »)

Algorithme

Plutôt que d'écrire à la mano * des infos dans une colonne, votre webmaster y place une « commande », qui définit à peu près ceci : « Ici je veux les articles du même auteur que l'article affiché, mais

seulement ceux dotés du mot clé 'international' ». Vous avez ainsi un algorithme, source d'agrément pour l'internaute, gage d'économie (en gestion du site) pour vous.

Quelques exemples de ce que permettent ces algorithmes dans un site d'informations :

- Liste des articles du jour,
- Liste des dernières actualités,
- Listes des articles...
 - o ... de la même rubrique que l'article actuellement affiché.
 - o ... de la même catégorie* que....
 - o ... du même auteur que...
 - o les plus lus,
 - o les mieux notés,
 - o les plus commentés.

(Voir aussi fiche pratique « *Comment promouvoir mon article* »)

Alt

Alt est la balise* qui permet de placer un texte alternatif sur une image ou une vidéo, permettant de transmettre une information sur ce contenu quand il n'est pas visualisable. Une fonction qui intéresse donc spécialement les moteurs de recherche* et les non voyants. Votre CMS vous offre normalement de quoi renseigner cette balise, voire vous impose de la renseigner, afin de respecter les règles de l'accessibilité*.

Analyse sémantique

Au contraire de l'analyse lexicale ou grammaticale, l'analyse sémantique se base sur le sens des mots, permettant de mieux saisir le sens des phrases elles-mêmes. Certains experts estiment que le Web 3.0 ou Web 4.0 sera le Web sémantique.

Ancre (Anchor)

Devant une page riche en contenu et très structurée, vous pourriez avoir besoin d'un sommaire placé en haut de page, lequel sommaire renverrait directement à chacun des chapitres de la page. Vous placerez alors un lien (de départ) sur chacune des entrées* de ce sommaire et une ancre (d'arrivée) sur chacun des chapitres. En HTML, vous reconnaissez les ancres au # qui figure dans l'adresse du lien. À ne pas faire : envoyer d'une page A aux ancres d'une page B. Les ancres ont pour vocation unique la circulation dans une seule et même page.

API (Application Program Interface)

Une API est une interface d'application qui définit comment une application communique avec une autre. Ainsi de l'API GoogleMap (gratuite), outil de cartographie qui va exploiter certaines données de votre site. Avantages des API : le développement a déjà eu lieu, l'objet est standardisé et le plus souvent gratuit.

Application native

Logiciel à télécharger depuis une plate-forme commerciale en vue d'une installation sur son smartphone ou sa tablette. Très en vogue avec le lancement de l'iPhone, l'approche est à considérer différemment aujourd'hui que les terminaux se diversifient. L'institution qui cherche à communiquer fait légitimement ses comptes et se demande s'il est raisonnable de développer une application Apple, une application Android, une application Windows, etc. Elle pourra leur préférer, parfois, des applications Web mobile* (ci-dessous) ou un site en responsive design*.

L'application native reste cependant inégalable quand il s'agit, plus que de diffuser du contenu, d'offrir à l'utilisateur un service bien précis ne souffrant aucune approximation ergonomique (exemple : réservation de billets, horaires de train, accès à un Cloud*,...)

Applications Web mobile*

Version d'un site Web adaptée aux terminaux nomades : smartphones et tablettes. Lorsque l'utilisateur visite le site initial, son terminal nomade est reconnu et il est basculé vers la version mobile plus adaptée aux petits écrans. Dans la plupart des cas, cette version est plus modeste que la version originelle, afin de simplifier la navigation. Il est fortement recommandé d'implanter cette solution dans le CMS existant, afin que les deux versions utilisent autant que possibles les mêmes pages de contenus, et évitent aussi aux éditeurs du site une gestion à double des pages.

Ascenseur (ou barre de défilement, ou *scroller*)

Cette petite barre verticale, à droite, que vous utilisez avec votre souris ou la molette de cette dernière pour vous permettre de descendre dans la page Web, c'est *l'ascenseur*. Et cette action se dit « scroller », en bon français. Les designers de site doivent savoir que l'internaute n'aime guère « scroller », préférant tout voir d'un seul coup d'œil à l'écran.

Atom

Un format de syndication (voir « RSS ») cousin du plus célèbre format RSS*, qui permet d'envoyer un fil continu de données issues d'un site Web. Un flux Atom est basé sur le XML*.

Autoroutes de l'information

Métaphore dont est créditée Al Gore, vice-président des États-Unis, et qui assimile la circulation des informations numériques à celles des voitures sur des voies de circulation de grande capacité. Si la formule a séduit, elle reste discutable : la révolution du net ne se fonde pas sur la vitesse mais davantage sur la connexion de millions de points, et ce même parmi les plus modestes (alors que les classiques autoroutes n'ont que de rares portes d'entrées !).

Base de données

Incontournable dans un site d'information, la base de données regroupe en un ensemble structuré les informations nécessaires à votre média. Grâce à elles, vous séparez le contenu (textes et images) du contenant (design et format des pages, défini par les templates*).

Le schéma d'une base de données (voir ci-dessous) permet de définir les contenus de chaque table de la base (exemple : table des adresses, table des produits, table des articles), et les liens entre ces tables.

Avantages : le contenu (les informations) acceptera sans grosses difficultés un nouveau design, ou d'autres supports informatiques demain (comme le smartphones*, les PDA*, les tablettes*), les mises à jour peuvent avoir lieu à distance (via n'importe quel navigateur Web et à condition d'y être autorisé) et la taille du site peut évoluer sans risque, au contraire d'un site "en dur" où l'archivage, année après année, devient tentaculaire et source de fragilité pour les données. Chaque personne autorisée peut ajouter du contenu, via le plus souvent un CMS*, sans avoir besoin de connaissances informatiques.

Si une même information doit apparaître à plusieurs endroits (par exemple: home page, accueil de la rubrique, page de l'information), elle n'est saisie qu'une fois, soit un gain de temps et une fiabilité de l'information.

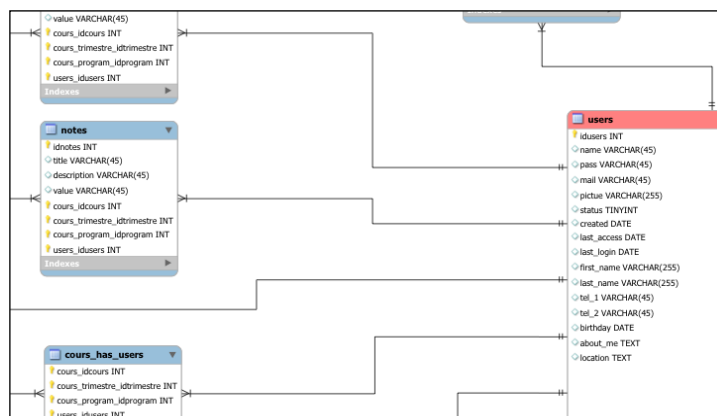


Schéma d'une base de données (détail)

C'est la base de données qui permet de créer ce qu'on appelle un site dynamique*.

Balise (Tag)

La balise HTML* est une directive destinée au navigateur* pour lui indiquer comment afficher un document destiné au Web. Vous pouvez vous faire une idée des balises, sur n'importe quel site, en utilisant la fonction « afficher / code source » de votre navigateur. La balise est reconnaissable aux signes inférieurs et supérieurs <...> qui encadrent des parties de texte devant recevoir un traitement spécifique. (Voir aussi « *HTML* »)

Ban

Le ban, dans un forum*, consiste en l'exclusion temporaire ou définitive, par le modérateur* d'un membre du forum.

Bannière (banner, bandeau)

On parle de bannière sur le Web pour des bandeaux ou cartouches publicitaires. Plusieurs dimensions types sont appréciées par les annonceurs et intégrées dans les formats des sites pratiquant la publicité. La bannière peut être fixe, ou animée, ou encore apparaître en pirate dans la page, exigeant une fermeture (par l'internaute) pour rendre l'information masquée accessible). Si on payait auparavant pour placer une bannière sur un site, le business se fait davantage aujourd'hui sur les clics que les internautes effectuent sur ces bannières.

Bashing

Originellement campagne de dénigrement, le bashing à la mode internet profite des capacités virales de la Toile pour diffuser à large échelle et en temps réel les mauvaises ondes. Première victime francophone en 2013 : le président Hollande, qui obtient même chez Twitter* un hastag* « #flamby ».

Beta version

La Beta version d'un nouveau site est une version qui est mise en ligne publiquement sans garantie qu'elle soit indemne de bugs. Elle permet un test en temps réel, profitant des interactions des internautes et des montées en puissance du trafic. La Beta version va souvent être lancée sans publicité sinon auprès d'un panel d'internautes choisis.

Big footer

Comme son nom l'indique, le big footer est un grand footer*, ou pied de page, devenu à la mode en 2012, et qui contient généralement un plan du site et des liens essentiels comme le contact, l'extranet ou encore les coordonnées de l'organisation.

Black-list (Liste noire)

Liste d'adresses bannies par les moteurs de recherche ou les opérateurs télécoms. Ces adresses peuvent par exemple être celle de votre site Web ou votre adresse mail. Une adresse passe en black-list quand elle est suspectée de participer à des usages abusifs du Web, comme par exemple des ruses visant à améliorer le référencement d'un site, ou l'envoi de spam *. Figurer sur la liste noire d'un moteur de recherche a comme conséquence, pour un site, de devenir introuvable via ce moteur, pour une adresse mail, de voir une partie de ses envois passer à la trappe. Si vous êtes *blacklisté* à tort, il vous faudra demander à en être écarté aux opérateurs vous ayant indexé.

L'envoi de mails en masse, via un Client mail classique (Outlook, Eudora, Mail d'Apple, etc.) peut très facilement vous faire passer en black-list. Préférez l'usage d'un outil newsletter* intégré à votre CMS* ou recourez à un prestataire externe, comme Mailchimp*.

Blog

Prenez un site Web. Faites-en votre chose à vous, le récipiendaire de vos états d'âme, qu'ils soient personnels ou professionnels. Abandonnez toute structure et entassez votre prose verticalement, en partant du plus récent pour aller vers le plus ancien. Ajoutez quelques outils de réseautage *, pour vous faire connaître, inviter vos lecteurs à commenter vos productions et annoncer d'autres sources d'inspiration dans la thématique : vous avez un blog.

On ne saurait mépriser les blogs amateurs au nom de la qualité et de la compétence des seuls *professionnels* (vocable qui cache souvent « journalistes »). D'abord parce que des professionnels bloguent aussi, et sans complexe, ensuite parce que de non professionnels ont fait preuve de grandes qualités journalistiques ! Enfin et surtout parce que le blog est un phénomène qui se passe de nos jugements, même les plus pertinents : plus de 4000 blogs de lecteurs au monde.fr et 1500 à psychologies.com ! Oui, le blog est très souvent inutile, narcissique, exhibitionniste. Mais il peut aussi multiplier les sources d'information, les analyses, les tons et les angles. Comment y résister ?

Outils clés en main pour animer un blog sans être informaticien : Wordpress.com, Blogger, Dotclear, Tumblr.

Blogosphère

La tribu des bloggers.

Blogroll

Liste de blogs, amis ou de référence, proposés dans un blog.

Bookmarks (favoris)

On nomme ainsi les adresses de sites ou de pages que l'internaute conserve sur son navigateur * afin de pouvoir y revenir d'un seul clic en temps utile. À noter que les vidéos et les animations Flash trouvent ici une de leurs limites : comment mémoriser la partie X ou Y qui m'intéresse dans un film ou un dessin animé ? Impossible. Il me faudra conserver les coordonnées de *toute* l'animation et la faire défiler à chaque fois que je voudrais revenir à la partie du contenu qui m'intéresse. Ce qui n'est pas très « Web », inutile de le dire...

Pratique : de nombreux sites communautaires permettent maintenant de s'échanger les « bookmarks » : voir « Social bookmarking ».

Le grand usage des favoris doit nous inciter à tenir à jour notre propre site : si celui-ci subit régulièrement de profonds changements, nos internautes disposeront de « favoris » inutilisables car renvoyant à des adresses erronées.

Affichage des favoris dans le navigateur Firefox :



En haut, accès au menu des favoris « Marque-pages », sous l'url, affichage des favoris préférés pour un accès rapide (notez à gauche un autre raccourci, pour le module Delicious)

Bookmarklet

Bouton proposé par une application Web et que l'on installe dans notre barre de navigation afin d'interagir plus rapidement avec cette application. Le premier du genre ayant été le mini moteur de recherche Google inséré dans nombre de navigateurs*.