



Création de site Web : Volet I

Hiver 2004

Cette formation est offerte par le CDEACF.



Table des matières

TABLE DES MATIÈRES.....	I
REMERCIEMENTS.....	II
INTRODUCTION.....	III
I QU'EST-CE QU'UN SITE WEB?.....	1
I LE WEB ET INTERNET DANS L'UNIVERS MÉDIATIQUE.....	2
II DÉFINITION TECHNIQUE.....	3
III QU'EST-CE QUE LE HYPertext MARKUP LANGUAGE (HTML)?.....	5
IV PLANIFIER UN SITE WEB.....	6
1 MODULE 1 : QUEL SITE WEB CONVIENT À VOTRE ORGANISME?.....	7
1.1 ÉVALUEZ LES RESSOURCES DE VOTRE ORGANISME.....	8
1.2 IDENTIFIEZ LE PUBLIC CIBLE DE VOTRE ORGANISME.....	9
1.3 DÉCRIVEZ VOTRE ORGANISME.....	10
1.4 EXERCICE SYNTHÈSE.....	11
2 MODULE 2: LE CONTENU DU SITE WEB.....	12
2.1 DÉFINISSEZ LES OBJECTIFS DU SITE.....	12
2.3 ÉLABOREZ LE CONTENU DU SITE.....	18
2.3 EFFECTUEZ LA CUEILLETTE D'INFORMATION ET RÉDIGEZ.....	19
2.3.1 <i>La cueillette d'informations.....</i>	<i>19</i>
2.3.2 <i>Quelques conseils pour améliorer la rédaction de vos documents pour le Web</i>	<i>19</i>
2.4 EXERCICE SYNTHÈSE.....	21
3 MODULE 3 :ORGANISEZ ET STRUCTUREZ LE CONTENU DU SITE WEB.....	22
3.1 MORCELEZ LE CONTENU.....	23
3.2 TRACEZ L'ARBORESCENCE DU SITE.....	24
3.3 ÉLABOREZ LE SYSTÈME DE NAVIGATION DU SITE.....	25
3.4 QU'EST-CE QU'UNE BARRE DE NAVIGATION?.....	26
3.5 LE PLAN DU SITE.....	28
3.6 EXERCICE SYNTHÈSE.....	29
4 MODULE 4: PRÉSENTATION VISUELLE DU SITE.....	30
4.1 QUELQUES RÈGLES DE BASE.....	31
4.2 LA PAGE D'ACCUEIL.....	32
4.3 LES AUTRES PAGES DU SITE WEB.....	33
5 RÉFÉRENCES.....	34

Remerciements

J'aimerais beaucoup remercier Sharon Hackett et Claudie Solar pour leur précieuse collaboration à la réalisation du cours «Création de site Web ». De plus, un gros merci à Nicole Nepton qui a bien voulu nous autoriser à utiliser le contenu de la section francophone du site de Women's Space <http://www.womenspace.ca> , intitulée « 22 façons féministes d'exploiter le Net ».

Introduction

Ce guide d'accompagnement a été initialement conçu à l'intention des participantes du volet formation du projet « Autonomie et diffusion de l'information sur Internet ». Cette formation, offerte par le CDÉACF, a été rendue possible grâce à la collaboration du Département de psychopédagogie-andragogie de l'Université de Montréal dans le cadre des concours 1998-1999 et 1999-2000 du « Fonds des services aux collectivités ». *Création de site Web II* est un point de départ pour la conception d'un document Web à partir des balises HTML ou *Hypertext Markup Language*, la conversion de documents d'un traitement de texte vers les format HTML et PDF, le traitement des documents HTML à l'aide d'éditeurs texte et WYSIWIG, la publication, le référencement ainsi que la promotion du site Web.

Ce document est un guide d'accompagnement et non pas un manuel. Il vise à résumer très succinctement le contenu de la formation et à illustrer les aspects théoriques qui seraient plus difficiles à saisir autrement. Enfin, les références proposées à la fin du guide comportent plusieurs pistes qui permettront aux participantes et participants de parfaire leurs connaissances après la formation.

Christine Simard, François Dallaire et Sharon Hackett

**Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine
(CDÉACF)**

I Qu'est-ce qu'un site Web?

i) Le site Web dans l'univers médiatique;

ii) Définition technique;

iii) Qu'est-ce que le HTML?;

iv) Planifier un site Web : démarche proposée

i Le Web et Internet dans l'univers médiatique

Web et réseau Internet

1. **Portée:** Planétaire, mais limité par l'accès à la technologie.
2. **Influence potentielle:** Groupes d'intérêt à l'échelle locale et planétaire. Potentiel de stimuler ou de renforcer des actions à toutes les échelles et jusqu'aux actions de masse.
3. **Public cible:** À la fois grand public et publics ciblés. Ce sont les personnes qui décident de leur chemin en navigant sur le Web. Vos contenus et la promotion que vous en ferez détermineront le type de personne qui naviguera chez vous.
4. **Place disponible pour les contenus des groupes:**
Toute la place est à nous! En plus d'être un vecteur de communications en soi, le site Web permet de compléter les informations que vous diffusez par les autres voies.

Médias de masse

1. **Portée:** Très large, ces médias sont justement «de masse», rejoignant un immense public selon un modèle de diffusion *un à plusieurs* (*broadcast*).
2. **Influence potentielle:** Potentiel d'influencer la politique et l'opinion public
3. **Public cible:** Grand public
4. **Place disponible pour les contenus des groupes:**
Très limitée Concurrence féroce pour le temps (radio, télé) et pour l'espace. Les coûts de production élevés donnent à ces médias des impératifs de rentabilité obligeant un filtrage intensif des informations. Qui veut paraître dans ces médias doit adopter des stratégies coûteuses et soutenues :
Exemples:
 - ✓ En tenant des événements publics sur des thèmes d'actualité (rassemblements, manifs, lancements...)
 - ✓ En les «harcelant» par l'envoi *systématique* de communiqués

Médias alternatifs

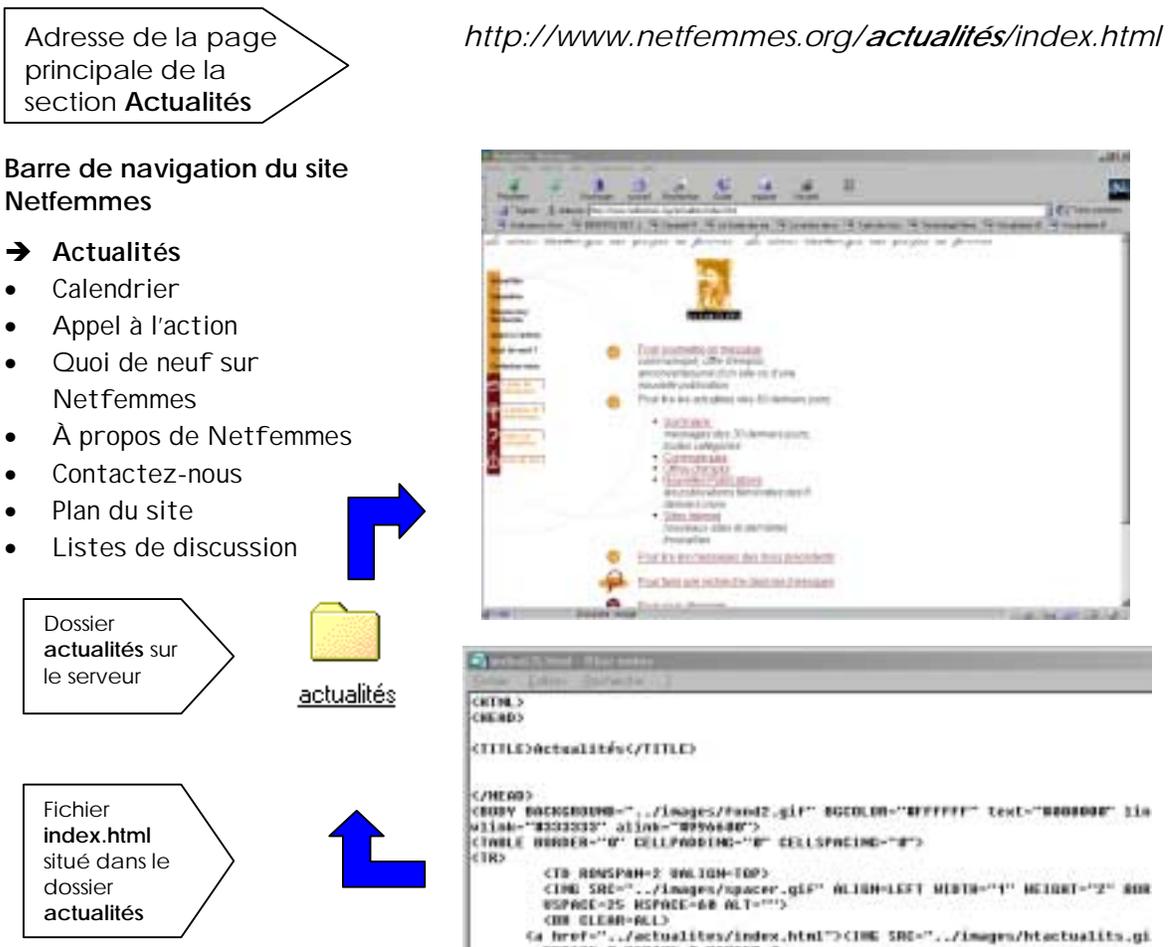
1. **Portée:** Plus étroite que les médias de masse, la portée des médias alternatifs varie. Ils ont généralement de plus petits tirages et de plus petits réseaux de distribution.
2. **Influence potentielle:** Ces médias influencent des secteurs ciblés, définis, ce qui peut mener à des actions plus concrètes.
3. **Public cible:** Publics plus spécifiques, variant selon le média.
4. **Place disponible pour les contenus des groupes:**
Beaucoup d'ouverture.
Souvent issus du milieu communautaire, populaire, et syndicale, un grand nombre des médias alternatifs s'intéressent aux mêmes problématiques que nous et sont heureux de diffuser nos informations.

Qu'est-ce qu'un site Web?

Définition technique (suite)

Dans votre ordinateur, le navigateur, aussi appelé fureteur, (Netscape ou Internet Explorer) est le **logiciel** qui interprète les fichiers textes rédigés en *HTML*. Ces fichiers sont enregistrés sur un ordinateur distant (**serveur**). Le serveur est toujours branché au réseau Internet permettant ainsi à votre site d'être accessible en tout temps. Lorsque l'adresse du site *Netfemmes* est appelée à partir d'un navigateur, les fichiers HTML sont téléchargés sur l'ordinateur puis décodés par le navigateur .

Exemple: Organisation des dossiers et documents HTML du site Netfemmes



iii Qu'est-ce que le Hypertext Markup Language (HTML)?

HTML est l'acronyme de *Hypertext Markup Language*, le langage de définition des pages Web.

- ❑ Il permet de présenter des documents sur des systèmes informatiques différents ;
- ❑ Il permet, outre du texte, d'intégrer du son, des images et des séquences vidéo dans le document;
- ❑ Grâce au principe des liens hypertextes, il permet de lier des documents entre eux à travers le réseau Internet.

La structure du document HTML

```
index.html - Bloc-notes
Fichier  Edition  Recherche  ?
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 3.2//EN">
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>Mon premier document HTML</TITLE>
<BODY>

Ceci constitue la structure de base du document.

</BODY>
</HTML>
```

Le texte de description :
détermine les paramètres d'affichage du document. On le reconnaît facilement puisque chacune des commandes de description se trouvent à l'intérieur des **balises** ou **marqueurs** représentés par les symboles *supérieur à <* et *inférieur à >*.

Le contenu du document :
texte, images,

```
<BODY>
</BODY>
```

Les balises (ou marqueurs) : chacune d'elle a une fonction spécifique. Le texte de description peut être rédigé en minuscules ou en majuscules, mais il est généralement recommandé de l'inscrire en majuscules afin de bien le distinguer du texte de contenu. La plupart des balises forment une paire.

Ainsi, une balise d'ouverture indique le début d'une fonction et une balise de fermeture en marque la fin. Par exemple: **<BODY>** et **</BODY>** marquent respectivement le début et la fin du corps du document.

iv Planifier un site Web

Nous vous proposons les sept modules suivants :

Module 1 :	1. Votre organisme doit-il se doter d'un site Web? 1.1 Évaluez les ressources de votre organisme ; 1.2 Identifiez le public cible ; 1.3 Décrivez votre organisme;	Jour 1
Module 2 :	2. Le contenu du site Web de votre organisme? 2.1 Définissez les objectifs du site Web ; 2.2 Élaborez le contenu du site Web; 2.3 Effectuez la cueillette d'information et rédigez;	
Module 3 :	3. Organisez et structurez le contenu du site Web 3.1 Morcelez le contenu; 3.2 Tracez l'arborescence du site Web; 3.3 Élaborez le système de navigation du site. 3.4 Le plan du site.	
Module 4 :	4. La présentation visuelle du site Web 4.1 Quelques règles de base; 4.2 L'aspect visuel de la page d'accueil; 4.3 L'aspect visuel des autres pages.	
Module 5 :	5. Réalisez le site Web à l'aide du HTML ou d'un éditeur de HTML ;	Jour 2
Module 6 :	6. Publiez le site Web	Jour 3
Module 7 :	7. Référenciez le site Web et en faire la promotion	

1 Module 1 : Votre organisme doit-il se doter d'un site Web?



1.1 Évaluez les ressources de votre organisme;

1.2. Identifiez le public cible;

1.3 Décrivez votre organisme;

1.4 Exercice synthèse.

_____ Votre organisme doit-il se doter d'un site Web?

1.1 Évaluez les ressources de votre organisme

Avant d'entreprendre la conception d'un site Web, que vous le conceviez vous-même ou que vous fassiez appel à une firme de consultation externe, vous devez vous interroger sur les conséquences qu'aura la création de ce site pour votre organisme. La réalisation d'un site demande beaucoup de travail mais il en faut tout autant pour le gérer une fois qu'il est accessible au public.

<u>Ressources matérielles</u>	<u>Ressources humaines</u>
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Possédez-vous un ordinateur ?<input type="checkbox"/> Disposez-vous d'une connexion au réseau Internet ? Avez-vous accès aux services d'hébergement de site Web de votre fournisseur d'accès Internet ? Votre organisme possède-t-il son propre serveur ?<input type="checkbox"/> Disposez-vous de logiciels tels qu'un traitement de texte, un navigateur, un éditeur HTML, un logiciel de transfert de fichiers (File Transfert Protocol) ?	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Qui s'occupe de la gestion des communications dans votre organisme ?<input type="checkbox"/> Est-ce la même personne qui sera en mesure de superviser la réalisation du site ?<input type="checkbox"/> Cette même personne pourra-t-elle prendre en charge la gestion du site lorsqu'il sera accessible au public ?
<p><u>Ressources financières :</u></p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Disposez-vous d'un budget spécial pour la réalisation et la gestion d'un site ?<input type="checkbox"/> Votre organisme peut-il obtenir une subvention pour la réalisation d'un site Web ?	<p>Devez-vous faire appel à du personnel supplémentaire pour les tâches suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> La rédaction de texte ?<input type="checkbox"/> La rédaction <i>HTML</i> ?<input type="checkbox"/> Le graphisme ?<input type="checkbox"/> La programmation (ex. site Web avec une base de données) ?<input type="checkbox"/> Pour effectuer les mises à jour du site Web ?

Et surtout, évaluez le **temps** nécessaire pour la réalisation et la gestion du site ! Par exemple, si l'adresse de courrier électronique apparaît sur votre site (un incontournable !), vous devrez prévoir à l'avance qu'une ou deux personnes répondent au courrier régulièrement.

_____ Votre organisme doit-il se doter d'un site Web?

1.2 Identifiez le public cible de votre organisme

Qui viendra consulter votre site Web et pourquoi ? Et surtout, pour quelles raisons ces personnes y reviendront-elles ? Il est possible que seule une portion de votre clientèle actuelle ait accès à Internet, mais il se pourrait que votre présence sur le réseau Internet suscite l'intérêt d'autres personnes qui ne soupçonnaient pas encore l'existence de votre organisme !

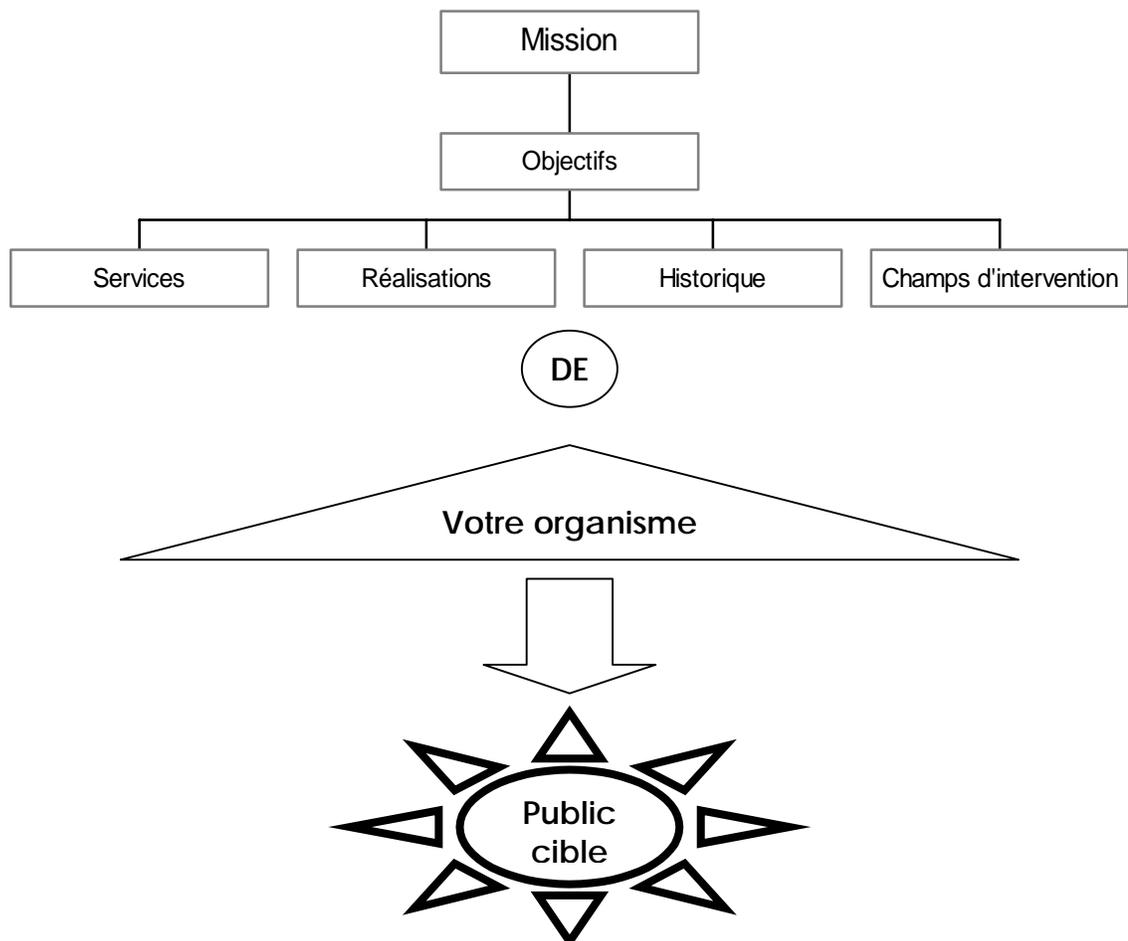
- ❑ La clientèle de votre organisme est-elle branchée au réseau Internet ?
A-t-elle facilement accès à Internet ?
- ❑ Quelle est la provenance géographique de votre clientèle : Montréal, Québec, la banlieue, une autre région, une autre province, un autre pays ?
- ❑ Quelle est la langue d'usage de votre clientèle ? Le français, l'anglais, l'espagnol, une autre langue ?
- ❑ Quel est le profil type de votre clientèle : chercheuses universitaires, intervenantes dans les groupes de femmes, militantes actives, le public en général ou encore des hommes ?

- **Faites une liste des besoins des clientèles visées.**
- **Interrogez-vous : quelles sont les attentes de ces personnes lorsqu'elles consultent le site de votre organisme?**
- **Faites différents scénarios d'utilisation.**

_____ Votre organisme doit-il se doter d'un site Web?

1.3 Décrivez votre organisme

Le site Web doit refléter votre organisme. Dans cette perspective, vous devez brosser un portrait précis de votre organisme avant de débiter la conception du site. Pour ce faire, il est essentiel de définir la mission et les objectifs de l'organisme. De plus, le site doit faire la promotion des services offerts par l'organisme, de ses réalisations, de ses champs d'intervention et préciser le public visé.



_____ Votre organisme doit-il se doter d'un site Web?

1.4 Exercice synthèse

A) Évaluez les ressources de votre organisme

1. Possédez-vous un ordinateur ? **OUI NON**
2. Disposez-vous d'une connexion au réseau Internet ? **OUI NON**
3. Avez-vous accès aux services d'hébergement de site Web de votre fournisseur d'accès Internet ? **OUI NON**
4. Votre organisme possède-t-il son propre serveur ? **OUI NON**
5. Disposez-vous de logiciels tels qu'un traitement de texte, un navigateur, un éditeur HTML, un logiciel de transfert de fichiers (File Transfert Protocol) ?

OUI NON

B) Identifiez le public cible de votre organisme

6. La clientèle de votre organisme est-elle branchée au réseau Internet ? A-t-elle facilement accès à Internet ? **OUI NON**
7. Quelle est la provenance géographique de votre clientèle : Montréal, Québec, la banlieue, une autre région, une autre province, un autre pays ?

_____ **Votre organisme doit-il se doter d'un site Web?**

8. Quelle est la langue d'usage de votre clientèle ? Le français, l'anglais, l'espagnol, une autre langue ?

9. Quel est le profil type de votre clientèle : chercheuses universitaires, intervenantes dans les groupes de femmes, militantes actives, le public en général ou encore des hommes ?

C) Décrivez votre organisme

10. Quelle est la mission de votre organisme ? (Formulez la mission en une phrase !)

11. Quels sont les services offerts par votre organisme ?

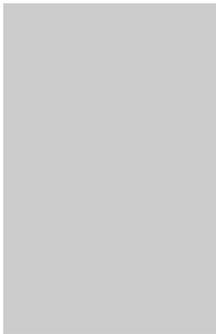
12. Quels sont les champs d'intervention de votre organisme?

_____ Votre organisme doit-il se doter d'un site Web?

13. Quelles sont les principales réalisations de votre organisme?

Notes supplémentaires :

2 Module 2: Le contenu du site Web



2.1 Définissez les objectifs du site;

2.2 Élaborez le contenu du site;

2.3 Effectuez la cueillette d'information et rédigez.

2.4 Exercice synthèse

2.1 Définissez les objectifs du site

Interrogez-vous sur les objectifs du site de votre organisme. Vise-t-il à informer le public en général sur un sujet donné, à faire la promotion d'un organisme, à sensibiliser l'opinion publique à cause spécifique ou bien vise-t-il tout simplement à servir de tribune pour vos membres? Le site peut viser un ou plusieurs de ces objectifs. Voici quelques exemples :

Partager des ressources/S'entraider	
1. Créer un réseau électronique	Netfemmes http://www.netfemmes.org Famafrique http://www.famafrique.org
2. Créer un centre de ressources en ligne	Condition féminine Canada http://www.swc-cfc.gc.ca Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine (CDÉACF) http://www.cdeacf.ca
3. Partager des ressources documentaires	Le Centre Amazone http://www.amazone.be/index.asp?lang=fr
4. Faciliter l'accès à ses collections	Groupe intervention Vidéo http://www.givideo.org et Vidéo Femmes http://www.qbc.clic.net/~videofem/
5. Répertoire les chercheuses et les groupes de femmes	L'Annuaire au féminin (France) http://www.iway.fr/femmes donne accès à des répertoires d'associations, d'élues, de femmes d'affaires, de conférencières et de centres de documentation.
6. Répertoire les ressources de la toile féministe francophone	Il n'y a pas encore de site qui répertorie systématiquement les ressources de la toile féministe francophone. Par contre : PAR-L propose une belle sélection commentée de sites utiles à l'action féministe : http://www.unb.ca/PAR-L/netres_f.html .
7. Partager ses connaissances sur les politiques et les recherches	Le Réseau Femmes Sous Lois Musulmanes , Région Afrique et Moyen-Orient, et ENDA-SYNFEV du Tiers-Monde ont mis en ligne une formation sur la solidarité et la communication électronique pour les femmes. http://www.enda.sn/synfev/solidarite/solindex.htm

Le contenu du site Web

8.Partager ses connaissances en informatique	C'est ce que fait le Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine en donnant accès à une formation à Internet http://www.cdeacf.ca/formation
--	---

Informers/Sensibiliser	
9.Augmenter sa visibilité et son membership	Cercles de Fermières du Québec http://www.cfq.qc.ca/menu_cfq.htm
10.Mieux faire connaître nos événements et nos activités	À Thonon les Bains en France, le Collectif 8 mars organise des événements chaque année afin de sensibiliser un public large sur la violence conjugale lors de la Journée internationale des femmes. Le Collectif maintient donc un site pour le rejoindre, ce public, et l'inviter à s'inscrire en ligne. http://www.multimania.com/sebadaf/margelle8mars/index.htm
11.Diffuser des nouvelles du point de vue des femmes	Ailleurs dans le monde, de nombreux sites donnent des nouvelles du point de vue des femmes, mais en anglais. Un site tel que L'itinérant électronique de Monique Fréchette serait aussi pertinent pour le mouvement des femmes qu'il l'est pour le monde du travail et du syndicalisme. http://itinerant.qc.ca/
12.Faciliter l'accès à nos analyses	La Table féministe francophone de concertation provinciale de l'Ontario est la voix politique des groupes de femmes francophones de la province. Son site offre des documents sur certains de ses dossiers, dont un inventaire des politiques ontariennes. http://francofemmes.org/tablefeministe/index.html
13.Nourrir les débats	L'Association d'économie politique regroupe ceux et celles qui s'intéressent à la critique du discours économique dominant, à l'approfondissement théorique de l'économie politique et à l'analyse des problèmes auxquels sont confrontées nos sociétés. La Place publique de leur site est un exemple intéressant de ce qu'un site peut faire pour encourager les réflexions et les débats. http://www.unites.uqam.ca/aep/debat.html
14.Sensibiliser un public large	L'Union suisse pour décriminaliser l'avortement fait la promotion de la légalisation de l'interruption de grossesse (IVG) dans les premiers mois ainsi que de la prévention des grossesses non désirées. Leur site est un excellent outil de sensibilisation : on y trouve des informations sur l'IVG et la situation en Suisse, on y discute de questions éthiques, on donne des nouvelles fraîches. http://www.svss-uspda.ch/

Créer des espaces pour les femmes	
15.Relier les femmes entre elles	Pour les Femmes regroupées en options non traditionnelles du Québec la priorité est de permettre aux étudiantes et aux travailleuses ayant choisi un domaine où les femmes sont minoritaires d'échanger et de s'entraider. http://www.front.qc.ca/
16.Relier les groupes qui travaillent sur la même problématique	Au Québec, la Table des regroupements provinciaux d'organismes communautaires et bénévoles développe des analyses sur le système de santé et de services sociaux et assure une concertation entre ses membres. http://www.cam.org/~trpocb/trpocb.html

Le contenu du site Web

17. Donner du soutien	Les agressions sexuelles, c'est sérieux ! Groupe d'étudiantes qui informent les jeunes, leur donnent des conseils et les incitent à aller chercher de l'aide. http://www.er.uqam.ca/merlin/gf791835/
18. Informer et référer les femmes	Au bas de l'échelle défend les droits et intérêts des non-syndiqué-e-s du Québec et lutte pour l'égalité à l'emploi.. http://WWW.CAM.ORG/~abe/
19. Partir un cercle Web	Aller dans le site du Magazine Treize vous ouvre la porte d'un cercle de sites Web lesbiens francophones. C'est bien mieux que d'occuper seules son petit espace virtuel ! http://www.morag.com/treize/
20. Créer un cybermagazine	Il y a aussi bien sûr la mise en ligne mensuelle des actualités internationales et des autres chroniques du site des Pénélopes qui est le plus riche des cybermagazines féministes francophones (mais malheureusement inaccessible sans un navigateur de la 4 ^e génération). http://www.mire.net/penelopes/
21. S'exprimer comme bon nous chante	La lesbienne aime la Merguez est plus qu'un répertoire de sites pouvant intéresser les femmes lesbiennes. C'est avec beaucoup d'humour que "la Merguez" et sa voisine de palier s'expriment et essaient de faire tomber les préjugés. Le site héberge aussi la page des Barricades Lesbiennes, groupuscule clandestin, drôle et féministe, dont la mission est de saper le moral des troupes ennemies. http://www.multimania.com/merguez/
22. Créer de l'art Web	La Centrale est le seul centre d'artistes du Québec qui se consacre exclusivement à la diffusion de l'art actuel des femmes. http://www.lacentrale.org/

Ces exemples sont tirés du site **Women' Space**. Recherche et rédaction: Nicole Nepton. (<http://www.womenspace.ca/Campaign/Fr/intro.html>)

2.2 Élaborez le contenu du site

Vos objectifs ayant été clairement définis, vous devez maintenant élaborer le contenu du site Web. La démarche consiste à faire une liste de tous les éléments que vous souhaitez inclure dans votre site et de vous assurer qu'ils répondent bien aux objectifs du site Web.

Exemple :

Objectif général du site :

Notre site vise à donner une plus grande visibilité à notre organisme et à créer un espace virtuel où nos membres pourront faire connaissance, échanger, discuter et diffuser leur opinion.

Objectifs secondaires :

Sujets abordés dans le site

Promouvoir notre organisme

Qui sommes-nous?

- ✓ *Mission de notre organisme ;*
- ✓ *Nos objectifs;*
- ✓ *Nos réalisations;*
- ✓ *Historique de l'organisme;*
- ✓ *Rapports d'activités;*
- ✓ *Notre équipe;*
- ✓ *Nos membres;*

Informez nos membres au sujet de nos activités et événements;

Les activités

- ✓ *Calendrier des activités;*
- ✓ *Bilan des activités passées;*

Mobiliser nos membres au sujet de.....

Notre plan d'action

Encouragez nos membres à échanger des idées.

Abonnez-vous à notre liste de discussion

Favoriser l'accessibilité de notre documentation;

Documents produits par notre organisme

Partager des ressources

Autres sites liés à notre champ d'intervention

Répertoriez nos membres

Bottin des membres

Etc.

2.3 Effectuez la cueillette d'information et rédigez

2.3.1 La cueillette d'informations

- Identifiez les sources disponibles:
 - ✓ Dépliants de l'organisme;
 - ✓ Rapport d'activité;
 - ✓ Plan de communication;
 - ✓ Carte d'affaires;
 - ✓ Articles de journaux, communiqués de presse;
 - ✓ Etc.
- Évaluez la pertinence de vos sources (mise à jour de l'information);

2.3.2 Quelques conseils pour améliorer la rédaction de vos documents pour le Web¹:

- Rédigez dans un langage clair et accessible;
- Surlignez les mots clés par le moyen de couleurs ou de grosseurs de typo différentes;
- Insérez des sous-titres qui signifient vraiment quelque chose;
- Ajoutez des listes thématiques précédées de tirets ou de points;
- Limitez-vous à une idée par paragraphe;
- Produisez des textes beaucoup plus courts que dans un média écrit traditionnel.

Et n'oubliez pas...

« (...) une étude de Jakob Nielsen, (...) indique qu'on lit 25 % plus lentement à l'écran que sur une feuille de papier à cause des caractéristiques de l'écran cathodique(...) il propose que les textes soient donc au moins 25 % plus courts. »

-André Bélanger, *Le Devoir*, 4 janvier 1999

¹ Les conseils de rédaction ont été élaborés par Jakob Nielsen à partir d'une étude portant sur les habitudes de lecture des internautes. Jakob Nielsen. **How Users Read on the Web**. Alertbox , 1er Octobre, 1997: <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html> Les conclusions de Nielsen ont été reprises dans un article du quotidien *Le Devoir*: André Bélanger. **Écrivez-vous Web?**, *Le Devoir*, 4 janvier 1999: http://www.ledevoir.com/pla/1999a/040199_1.html

2.4 Exercice synthèse

Formulez les objectifs du site Web de votre organisme ainsi que la liste des sujets qui y seront abordés.

<i>Objectif général du site :</i>

<i>Objectifs secondaires :</i>	Sujets abordés dans le site

3 Module 3 :Organisez et structurez le contenu du site Web

3.1 Morcelez le contenu;

3.2 Tracez l'arborescence du site;

3.3 Élaborez le système de navigation du site.

3.4 Qu'est-ce qu'une barre de navigation?

3.5 Le plan du site.

3.6 Exercice synthèse

Organisez et structurez le contenu du site Web

3.1 Morcelez le contenu

L'information diffusée dans votre site doit être repérée facilement par les usagers et usagers. Pour cette raison, créez des blocs d'information qui tiennent sur une ou deux pages (8 1/2 X 11). Pour chacune des sections du site, trouvez un titre qui identifie clairement son contenu.

Exemple :

Section 1.
Qui sommes-nous?

- 1.1 Mission
- 1.2 Objectifs
- 1.3 Historique
- 1.4 Réalisations
- 1.5 Rapports
- 1.6 L'équipe

1.1 Mission
TexteTexteTexte
TexteTexteTexte

1.2 Objectifs
TexteTexteTexte
TexteTexteTexte

1.3 Historique
TexteTexteTexte
TexteTexteTexte

1.4 Réalisations
TexteTexteTexte
TexteTexteTexte

1.5 Rapports
TexteTexteTexte
TexteTexteTexte

1.6 L'équipe
TexteTexteTexte
TexteTexteTexte

Attention aux titres !

- ❑ Les titres devraient toujours être très courts. Une économie de mots vous épargnera bien des soucis. Un à trois mots suffisent pour identifier une catégorie. (ex. *Quoi de neuf?*).
- ❑ Choisissez des termes précis et sans équivoque.
- ❑ La cohérence est de rigueur : si vous choisissez de nommer une catégorie d'une manière, assurez-vous qu'elle sera ainsi désignée dans chacune des sections de votre site Web.

Organisez et structurez le contenu du site Web

3.2 Tracez l'arborescence du site

Tel un architecte, vous devez maintenant tracer le plan du site. Ce plan vous servira à visualiser le produit final et à planifier les développements futurs du site. Le plan sert à construire l'arborescence des dossiers et des fichiers qui constituent le site.

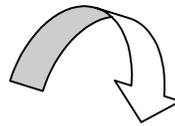
Exemple :

<http://www.organisme.org/index.html>

Nom du document :
index.html
Barre de navigation de la page d'accueil

1. Qui sommes-nous?
2. Activités
3. Documentation
4. Membres
5. Pour nous joindre

Page d'accueil du site.



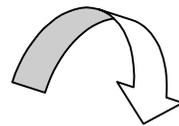
<http://www.organisme.org/qui/index.html>

Nom du document :
index.html
Menu de la section 1

- 1.1 Mission
- 1.2 Objectifs
- 1.3 Historique
- 1.4 Réalisations
- 1.5 Rapports
- 1.6 L'équipe

Section 1. Qui sommes-nous?

Dossier ou répertoire de la section 1



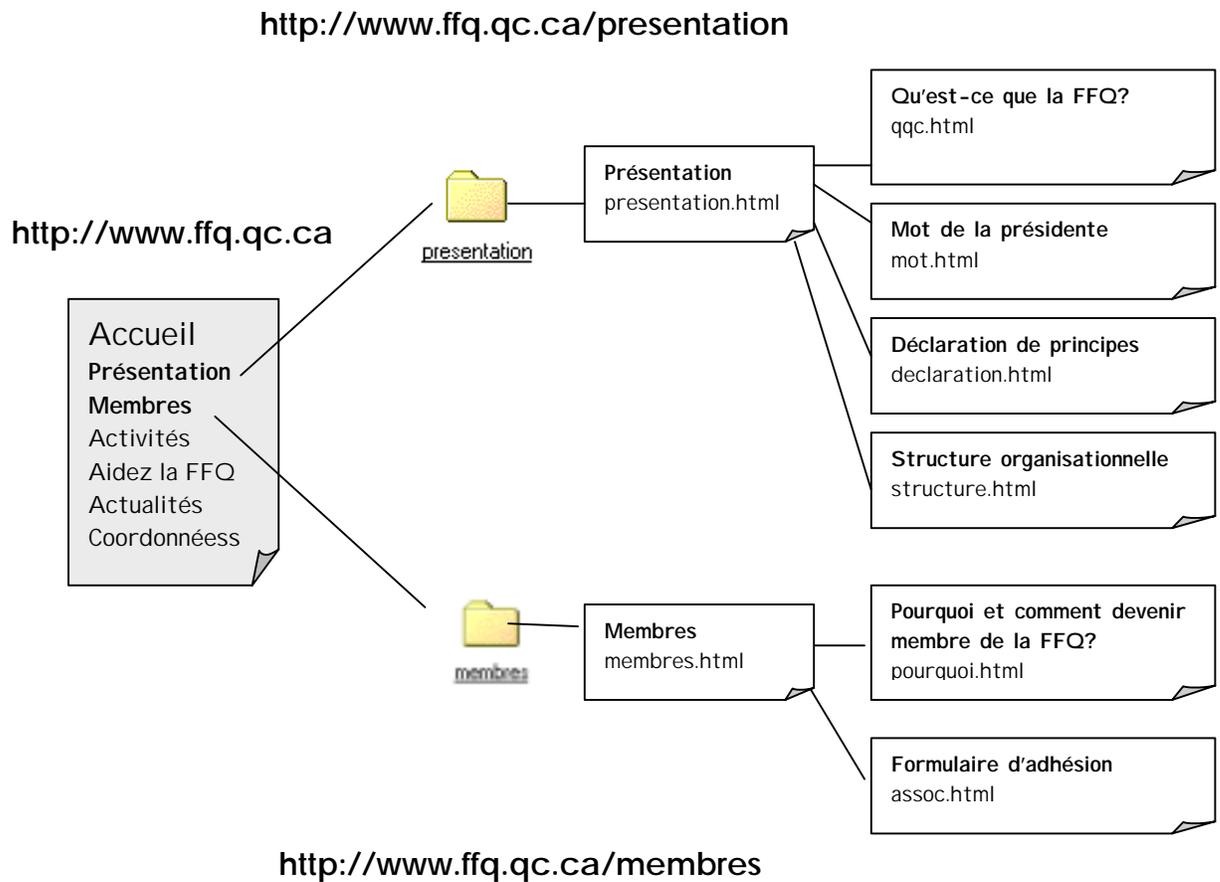
<http://www.organisme.org/qui/mission.html>

- mission.html
- objectifs.html
- historique.html
- realisat.html
- rapports.html
- equipe.html

Documents ou fichiers de la section 1

Organisez et structurez le contenu du site Web

Exemple : Voici deux sections de l'arborescence du site de la FFQ

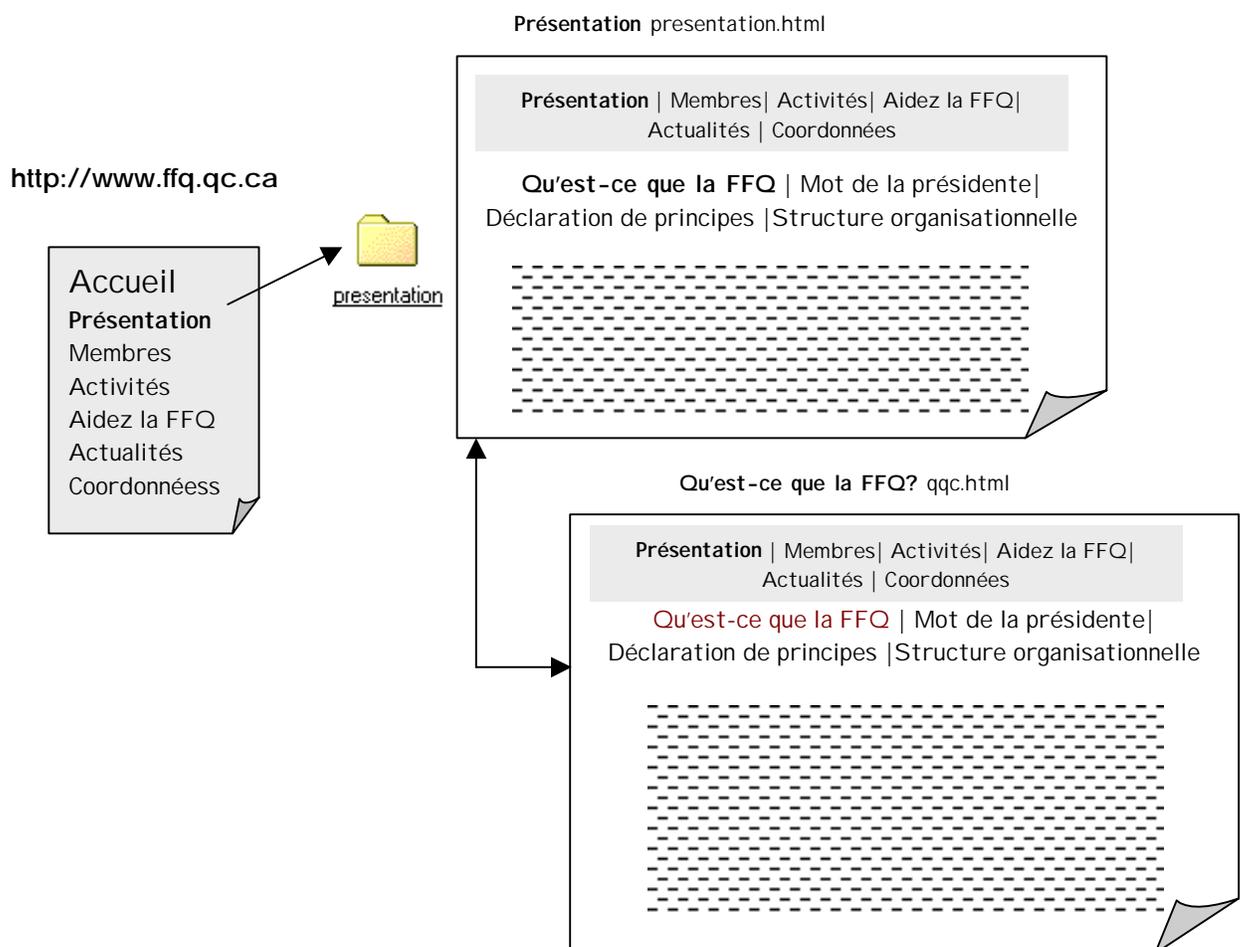


Organisez et structurez le contenu du site Web

3.3 Élaborez le système de navigation du site

Le système de navigation est l'un des éléments les plus importants du site Web. En tout temps, la personne qui visite votre site doit être en mesure de trouver des points de repère et d'identifier ainsi là où elle se trouve, d'où elle vient et comment elle se rendra dans une autre section du site. L'internaute doit aussi être en mesure d'accéder à la barre de navigation principale à partir de n'importe quelle section du site.

Exemple :



_____ Organisez et structurez le contenu du site Web

3.4 Qu'est-ce qu'une barre de navigation?

La barre de navigation est un menu permettant aux usagères et usagers d'avoir une vue d'ensemble des grandes sections du site Web. Grâce à ce menu, elles et ils peuvent consulter chacune des sections du site. La barre de navigation doit être accessible à partir de toutes les sections du site.

Exemple : Page d'accueil du site de la Fédération des femmes du Québec ,<http://www.ffq.qc.ca>



À partir de la page d'accueil, les usagères et usagers peuvent accéder à n'importe quelle section du site. Le contenu de chaque section est résumé en un mot ou en une courte phrase.

Organisez et structurez le contenu du site Web

Une barre de navigation secondaire peut être ajoutée afin de faciliter la navigation dans les sous-sections du site.

Exemple: La section Présentation du site de la FFQ

<http://www.ffq.qc.ca/presentation/>

Ne jamais oublier le bouton de retour vers la page d'accueil.



La barre de navigation secondaire permet d'accéder facilement aux sous-sections du site.

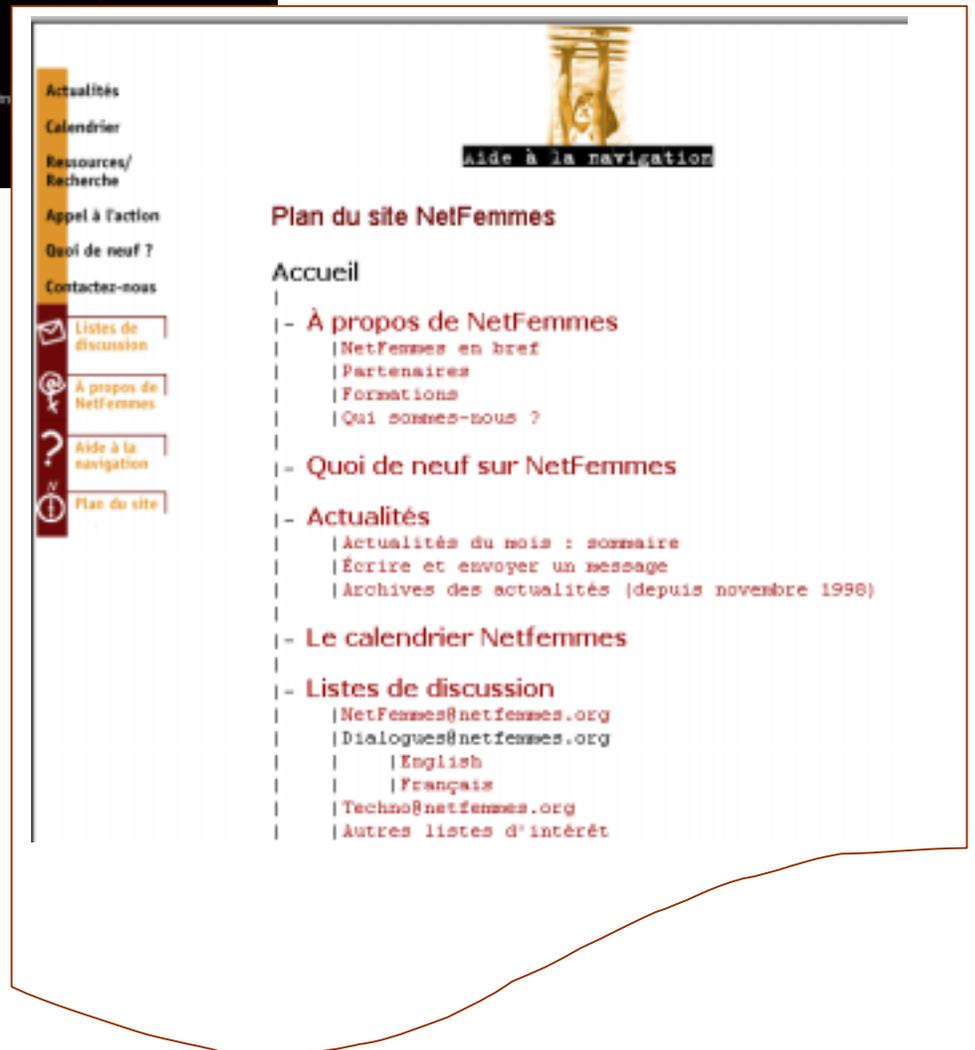
The screenshot shows the website's navigation bar with buttons for 'PRÉSENTATION', 'MEMBRES', 'ACTIVITÉS', 'AIDEZ LA FFQ', 'ACTUALITÉS', and 'POUR NOUS SUIVRE'. Below the navigation bar is a secondary navigation menu with links: 'Qu'est-ce que la FFQ?', 'Mot de la présidente', 'Déclaration de principes', and 'Structure organisationnelle'. The main content area features the title 'Présentation', a photo of women, and text describing the organization's mission since 1966. A callout box points to a 'Home' button in the navigation bar, and another callout box points to the secondary navigation menu.

Organisez et structurez le contenu du site Web

3.5 Le plan du site

Si le site de votre organisme prend de l'ampleur, il est de mise d'y insérer le plan afin de faciliter la navigation des internautes.

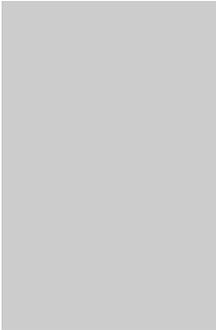
Exemple : Plan du site Netfemmes, <http://www.netfemmes.org/plan.html>



_____ Organisez et structurez le contenu du site Web

3.6 Exercice synthèse

4 Module 4: Présentation visuelle du site



4.1 Quelques règles de base;

4.2 L'aspect visuel de la page d'accueil;

4.3 L'aspect visuel des autres pages.

4.1 Quelques règles de base

Le meilleur moyen de créer une présentation visuelle attrayante et cohérente pour un site Web est de la planifier en portant attention aux détails. Il n'existe pas de recette miracle mais en suivant ces quelques principes de base, vous devriez réussir à concevoir une présentation visuelle intéressante.

- ❑ Optez pour une mise en page sobre. Le site sera plus rapide à charger mais aussi plus agréable pour les internautes. Les couleurs criardes et les motifs ou textures imposants doivent être utilisés avec modération. Évitez les arrière-plans trop chargés : l'insertion d'une image en arrière plan alourdit le chargement et rend la lecture difficile. Contentez-vous d'une couleur pâle, le blanc étant encore ce qu'il y a de mieux
- ❑ Évitez les images animées : elles alourdissent le chargement et fatiguent la vue.
- ❑ La présentation visuelle de votre page d'accueil peut être légèrement différente des autres sections du site Web, mais assurez-vous que votre présentation est cohérente sur le plan visuel. Les internautes accèdent parfois aux pages de votre site sans passer par la page d'accueil.
- ❑ Si vous empruntez des éléments graphiques ou des textes provenant d'autres sites Web, indiquez clairement la référence. Respectez les droits d'auteur.

4.2 La page d'accueil

La page d'accueil peut se comparer à la couverture d'un livre puisqu'elle est la porte d'entrée principale du site. Pour cette raison, elle doit être attrayante. Or, elle doit aussi permettre à l'internaute de repérer rapidement la manière dont l'information est structurée dans le site.

Dans la page d'accueil, l'internaute devrait trouver les éléments suivants:

- ❑ Le logo ou identification de votre organisme;
- ❑ Le barre de navigation principale du site (menu);
- ❑ Une indication pour rejoindre le ou la responsable du site (webmestre);
- ❑ La date de la dernière mise à jour.

Exemple :

En-tête : Vous pouvez insérer une bordure ou une image.



Logo de
l'organisme

Le logo peut être centré et accompagné du texte en dessous, mais il pourrait aussi être à gauche et le texte à sa droite.

Insérez ici quelques mots afin de présenter sommairement votre organisme (facultatif):

- ❑ Quelle est la mission de votre organisme?
- ❑ Quels sont les objectifs de votre site Web?
- ❑ À qui s'adresse votre site?

Organisme@serveur.ca

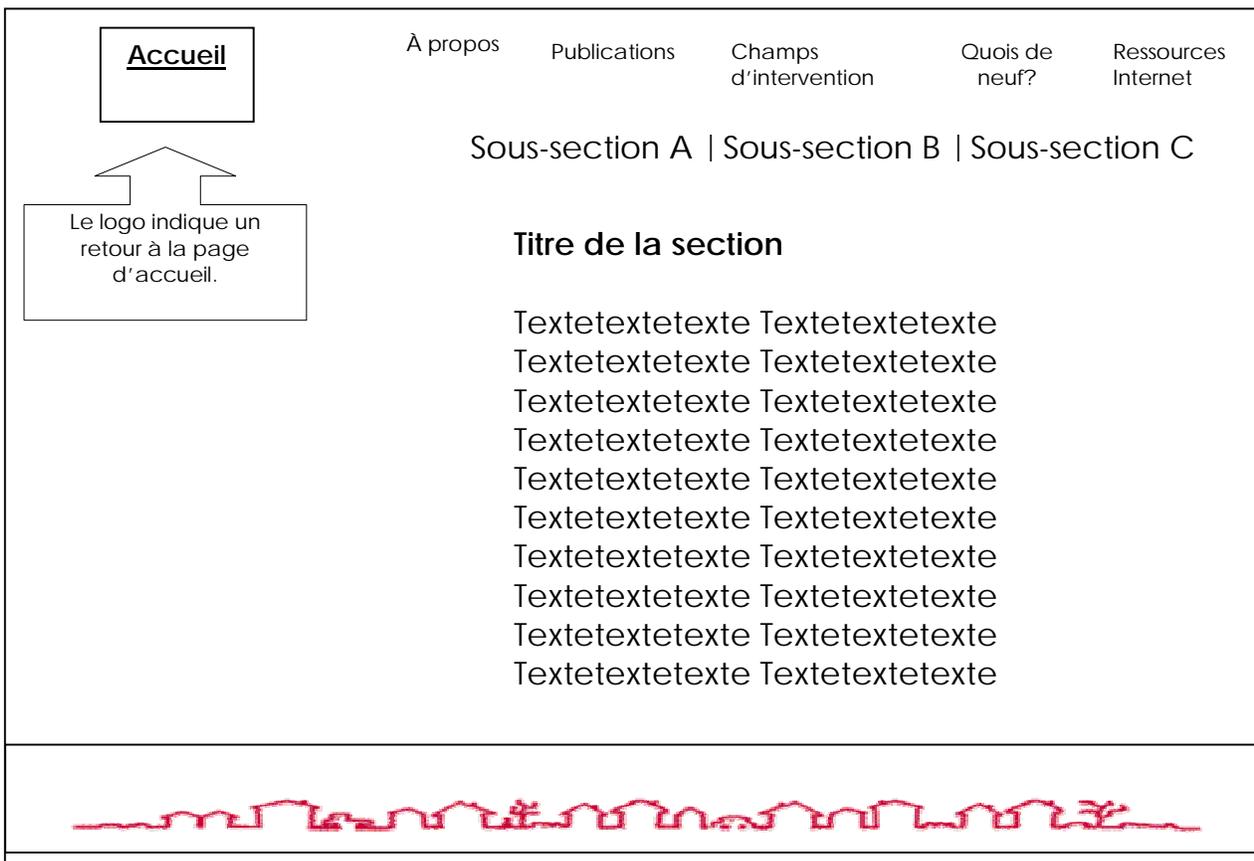
À propos	Publications	Champs d'intervention	Quois de neuf?	Ressources Internet
----------	--------------	-----------------------	----------------	---------------------

4.3 Les autres pages du site Web

Éléments obligatoires :

- ❑ Un lien vers la page d'accueil;
- ❑ La barre de navigation principale (menu);
- ❑ Une barre de navigation secondaire, s'il y a lieu (sous-menu).

Exemple :



5 Références

Ouvrages et guides

Rosenfeld, Louis et Peter Morville, *Information Architecture*, O'Reilly, Sebastopol, 1998, 202 p.

Tanguay, C., P. Tousignant et R. Charbonneau, *Un site Web : Pourquoi ? Comment ? Un guide pour la publication de contenu sur le Web, à l'intention des groupes communautaires et populaires*, Communautique, septembre 1998, 23 p.

Articles :

Kirsanov, Dimitry, *Designing Site Navigation*, Mai 1997,
<http://webreference.com/dlab/9705/index.html>

Marlatt, Andrew, *Design That Offers a Sens of Place*, 14 Juillet 1997,
<http://www.internetworld.com/prin.../14/undercon/19970714-design.html>

Rosenfeld, Louis et Peter Morville, *Designing Navigation Systems*, 20 février 1998,
<http://webreview.com/wr/pub/98/02/20/arch/index.html>

Shipple, John, *Information Architecture Tutorial*, Lessons1 to 5,
http://www.hotwired.com/webmonkey/design/site_building/tutorials/tutorial1.html

Bélanger, André, *Écrivez-vous Web ?*, 4 janvier 1999,
http://www.ledevoir.com/pla/1999a/040199_1.html

Bélanger, André, *Tout ce qu'il ne faut pas faire*, 11 janvier 1999

http://www.ledevoir.com/redaction/planete/pla110199/pla_110199_1.html

Pour apprendre à concevoir un site en utilisant le Hypertext Markup Language :

Débutantes et intermédiaires

Le centre de Page Web : <http://central.total.net/centrale/pageweb/>

Méphisto et ses trucs Web : <http://www.qbc.clic.net/~mephisto/>

Webdeveloppeur : <http://www.webdeveloppeur.com/Conception/HTML.html>

Osted, Denise, *A Web Page on your own*,
<http://www.womenspace.ca/vol25g.html> (anglais)

Intermédiaires et avancées

Webdeveloppeur : <http://www.webdeveloppeur.com/Conception/HTML.html>

L'expert en référence : <http://www.visic.com/expert-ref/>

Autres références utiles :

Carrier, Raoûl, *Grille d'évaluation d'un site Web* :
<http://www.qbc.clic.net/~mephisto/evaluation.html>

Carrier, Raoûl, *Les dix commandements du HTML* :
<http://www.qbc.cli.net/~mephisto/ten.html>

