

Sébastien ROUQUETTE, *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cybersp@ce*

Bruxelles, De Boeck, coll. Médias Recherches, 2009, 335 p.

Hadj Bangali Cissé

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/327>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.327](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.327)

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 décembre 2010

Pagination : 320-322

ISBN : 978-2-8143-0056-9

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Hadj Bangali Cissé, « Sébastien ROUQUETTE, *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cybersp@ce* », *Questions de communication* [En ligne], 18 | 2010, mis en ligne le 07 décembre 2011, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/327> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.327>

---

**Sébastien ROUQUETTE, *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cybersp@ce.***

Bruxelles, De Boeck, coll. Médias Recherches, 2009, 335 p.

L'image d'un internaute défrichant le terrain avec une machette – que l'on retrouve sur la maquette du livre – rend compte du cadre dans lequel est plongé l'internaute et traduit le projet de l'auteur : radiographier l'internet. En effet, Sébastien Rouquette postule que les demandes sociales expliquent souvent les raisons d'être des sites qui sont tirillés, d'une part, par la satisfaction des clients commanditaires (concurrents, sites partenaires), d'autre part, par celle des consommateurs (internautes/public). Après avoir constaté les limites des outils théoriques sur la question, l'auteur estime que les méthodes et concepts disponibles provenant de l'analyse des médias et des outils de communication classiques ne sont pas toujours adaptés (p. 7). Se fondant sur une approche interdisciplinaire de la communication, le chercheur développe dans six parties et six terrains différents plusieurs méthodes complémentaires d'analyses des sites web : l'analyse des usages des sites, analyse hypertextuelle de leurs arborescences, des réseaux de liens des sites, analyses socio-sémiotiques des pages d'accueil, analyses sociologiques des contenus.

La première partie s'intéresse à l'internet municipal (pp. 15-33) dans laquelle l'auteur propose une étude de la typologie par strates (pp. 37-50). Sur cette base,

il est possible d'identifier plusieurs logiques essentielles comme la ville (culturelle, économique, touristique, etc.), la localisation géographique (urbaine, rurale, etc.), la nature des informations contenues dans le site web (informatives, expressives ou participatives, pp. 19-24). Puis il s'attaque à l'impact des études d'usages (deuxième partie, pp. 57-96). D'abord, le chercheur invite à partir en quête d'un improbable profil type (pp. 59-60). Finalement, il conclut que c'est la conjugaison d'une analyse des requêtes avec des enquêtes par questionnaires qui fournit le meilleur éclairage possible : « Le web pratique et le web de divertissement se détachent alors des autres usages » (p. 84). Sébastien Rouquette s'interroge ensuite sur le poids de l'impératif pratique par le truchement des « portails du CAC 40 aux blogs d'opinions. Analyses hypertextuelles des parcours de lecture » (troisième partie, pp. 97-161) : il trouve matière à constituer un corpus pour vérifier le parcours des usagers et il constate que « les portails d'informations et les blogs d'opinions font partie des sites qui renouvellent le plus frontalement les questions de l'espace public médiatique » (p. 130). Dans cette partie, l'objectif visé est de présenter et d'évaluer la pertinence des outils d'analyse adéquats des sites web. Dans la quatrième partie, mais selon un autre registre, Sébastien Rouquette s'intéresse aux sites de jeux en proposant une analyse socio-sémiotique des pages d'accueil (pp. 163-201). Pour démontrer l'intérêt d'une telle analyse, il prend comme exemple les sites de jeux dont les pages d'accueil montrent la diversité. Comment comprendre que, d'un côté, la force expressive du web est incontestable et que, de l'autre, les webmasters n'exploitent pas suffisamment toutes les potentialités de ce dernier? Pour l'auteur, c'est parce qu'on est face à des contraintes de production, liées à l'écriture et à la lecture (zapping, hypertexte). Aussi, devant la nécessité d'allier efficacité et promesse, Sébastien Rouquette constate-t-il la présence de visuels stéréotypés dans les pages d'accueil des sites avec un graphisme saturé et un message visuel simplifié. Avec « Les blogs « extimes », une revendication identitaire interactive? Analyse sociologique de l'interactivité des sites (cinquième partie, pp. 203-249) », l'auteur tente de savoir en quoi l'interactivité des blogs extimes, exprimée par les internautes, peut influencer les thématiques développées par les blogueurs. Il tente également de comprendre comment ces derniers intègrent les apports externes. Enfin, dans une sixième et dernière partie, Sébastien Rouquette visite l'univers des sites d'entreprises en proposant d'analyser des cadres idéologiques d'interprétation (pp. 253-307). Il tente de savoir « en quoi les modèles prescrits par les sites

d'entreprises s'inspirent [...] d'utopies, de mythes ou d'idéologies? Comment les acteurs ont réinvesti dans le système de valeurs conforme à l'esprit capitaliste actuel certaines valeurs associées à l'internet? » (pp. 257-258).

Riche en enseignements et bien documenté, l'ouvrage de Sébastien Rouquette a le mérite de mettre à l'épreuve les idées communes relatives au web, telle sa perméabilité à des discours idéologiques. Cette réappropriation des propriétés et applications du web (ouvert à tous, égalitaire, d'hypermédia, etc.) se manifeste dans les stratégies mises en œuvre par les sites. Parmi celles-ci, se trouve la présence des rubriques pratiques et de divertissement qui ne font que reprendre le modèle du web. Celui-ci a beaucoup influencé l'homogénéisation des stratégies (de catalogue par exemple) et des contenus des sites qui se trouvent en situation de concurrence (attirer le maximum d'internautes) et de ciblage (toucher l'audience). Le mérite de l'auteur est de permettre aux lecteurs de développer un regard critique face à cet objet, s'appuyant sur les outils et concepts à même d'aider à comprendre les multiples logiques sociales – sociométrique, hypertextuelles, etc. – qui apparaissent sur les pages d'accueils des sites. Un regret : dommage qu'on ne dispose pas d'une analyse plus approfondie des sites de presse en ligne, principalement les quotidiens.

**Hadj Bangali Cissé**

CREM, université Paul Verlaine-Metz  
cissehadj@hotmail.com