

SUGGESTIONS DE LECTURE

- L'action communautaire québécoise à l'ère du numérique **30 \$**
- Développement durable et communications **30 \$**
- Images du récit **39 \$**
- Place et rôle de la communication dans le développement international **29 \$**
- Solidarités renouvelées **29 \$**
- Communication
Horizons de pratiques et de recherche – Volume 2 **35 \$**
- Communication
Horizons de pratiques et de recherche – Volume 1 **39 \$**
- Comment comprendre l'actualité **32 \$**

DISTRIBUTEURS

CANADA
PROLOGUE INC.

BELGIQUE
PATRIMOINE SPRL

FRANCE
DISTRIBUTION AFPU
DISTRIBUTION SODIS

SUISSE
SERVIDIS SA

**NOS LIVRES SONT EN VENTE
CHEZ VOTRE LIBRAIRE...
OU AU WWW.PUQ.CA**

Société
de développement
des entreprises
culturelles
Québec 

LES RACINES COMMUNICATIONNELLES DU WEB



**Francine Charest
et François Bédard**

2009, 148 pages
Collection Communication
978-2-7605-2352-4

24 \$ | 17 €

LEB WEB EST CONSIDÉRÉ COMME l'un des plus puissants outils de communication en ce début du XXI^e siècle. Cet ouvrage innove en démontrant que, pour appréhender ce phénomène et en tirer le meilleur parti, l'étude de ses racines communicationnelles peut s'avérer fort utile tant pour les internautes que pour les concepteurs et gestionnaires de sites Web.

Après avoir passé en revue les grandes approches en communication de masse, dont certaines remontent aux années 1920, les auteurs ont été à même

 **Presses
de l'Université
du Québec**

de dégager trois grandes racines communicationnelles du Web tirant chacune son origine d'un des principaux courants de pensée dans le domaine : la diffusion, la réception et l'appropriation. Quoique chacune de ces racines apporte un éclairage utile sur la nature des relations entre concepteurs de sites Web (émetteurs) et usagers de sites Web (récepteurs), celle de l'appropriation est la plus riche en enseignements.

Cet ouvrage propose un survol des principales contributions des chercheurs en communication au cours de la première décennie du Web. Le lecteur y trouvera des informations sur une foule de sujets tels les normes heuristiques, les critères ergonomiques, les interactions humain-machine dans le domaine de l'ergonomie cognitive, le besoin d'interactivité chez les internautes, et des exemples de modèles d'évaluation de sites Web.

LES AUTEURS

- ▶ *Francine Charest, Ph.D., est professeure en communication à l'Université d'Ottawa. Elle est également chercheure associée au Centre international de formation et de recherche en tourisme de l'UQAM. Sa carrière universitaire repose sur une expérience d'une vingtaine d'années acquise dans le milieu médiatique à titre de consultante et de directrice en communication marketing, communication avec les médias et communication des affaires publiques et corporatives.*
- ▶ *Dr François Bédard compte une trentaine d'années d'expérience en tourisme. Il enseigne aujourd'hui au Département d'études urbaines et touristiques de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal, et dirige le Centre international de formation et de recherche en tourisme, ainsi que, depuis 2007, le Centre mondial d'excellence des destinations, reconnu par l'Organisation mondiale du tourisme.*

SOMMAIRE

■ L'APPORT DU CHAMP DES COMMUNICATIONS DANS LA COMPRÉHENSION DU WEB

Problématiques d'écart entre l'offre et la demande

Le point de vue de l'utilisateur

Un changement de paradigme ?

Comment les internautes s'approprient-ils les sites Web ?

Les fondements théoriques de la communication de masse

La diffusion

La réception

L'appropriation

■ LE BESOIN D'INTERACTIVITÉ DES INTERNAUTES AU CŒUR DE L'ÉVOLUTION DU WEB

Le besoin d'interactivité des internautes

L'importance d'analyser le besoin d'interactivité

Le besoin d'interactivité et le commerce électronique

Les interactions en ergonomie cognitive des interfaces

Les interactions humain-machine

Les fondements théoriques des interactions humain-machine

La recherche d'information

■ L'ÉVALUATION DE SITES WEB

Contenu et processus

Ergonomie et normes heuristiques d'utilisabilité

Modèle triangulaire

La modélisation de la tâche de l'internaute

■ LE PHÉNOMÈNE DU WEB EXPLIQUÉ PAR SES RACINES COMMUNICATIONNELLES

Les racines communicationnelles du Web

Diffusion

Réception

Appropriation

La première décennie du Web

Conception des sites Web

Usages des sites Web

Évaluation des sites Web