

Édition  
française



# Architecture de l'information

*pour le Web*

O'REILLY

*Peter Morville & Lou Rosenfeld*

*Traduction de Denis Priou & Jean-Marc Delprato*

2-004-269-1

2-004-269-1

Peter Morville et Louis Rosenfeld

# Architecture de l'information pour le Web

*Traduction de*

**DENIS PRIOU & JEAN-MARC DELPRATO**

Éditions O'REILLY

18 rue Séguier

75006 Paris

FRANCE

[france@oreilly.com](mailto:france@oreilly.com)

<http://www.oreilly.fr>

**O'REILLY®**

Cambridge • Cologne • Farnham • Paris • Pékin • Sebastopol • Taipei • Tokyo

# Table des matières

<i>Préface</i> .....	<i>xi</i>
----------------------	-----------

## *Partie I. Introduction à l'architecture de l'information*

<b>1. <i>Comment définir l'architecture de l'information</i></b> .....	<b>3</b>
Une définition .....	4
Tablettes, manuscrits, livres et bibliothèques .....	6
Expliquer l'architecture de l'information à son prochain .....	9
Ce que n'est pas l'architecture de l'information .....	9
Pourquoi l'architecture de l'information est-elle si importante ? .....	12
Comment rendre visible notre travail .....	13
<b>2. <i>Comment pratiquer l'architecture de l'information</i></b> .....	<b>17</b>
Avons-nous besoin d'architectes de l'information ? .....	18
Quelles sont les compétences nécessaires pour pratiquer l'architecture de l'information ? .....	20
Les spécialistes en architecture de l'information .....	25
La pratique concrète de l'architecture de l'information .....	25
Et maintenant ? .....	30
<b>3. <i>Les besoins et les comportements des utilisateurs</i></b> .....	<b>33</b>
Un modèle de l'information	
« ultra-simplifié » .....	34
Les besoins en information .....	36
Comportements des utilisateurs en situation de recherche .....	38
Comment en savoir plus sur les besoins en information et sur les comportements en situation de recherche .....	41

## **Partie II. Principes de base de l'architecture de l'information**

<b>4.</b>	<b><i>L'anatomie d'une architecture de l'information</i></b> .....	<b>45</b>
	Visualiser une architecture de l'information .....	45
	Les composants d'une architecture de l'information .....	53
<b>5.</b>	<b><i>Les systèmes d'organisation</i></b> .....	<b>59</b>
	L'organisation de l'information et ses défis .....	60
	L'organisation de sites web et d'intranets .....	64
	Schémas d'organisation .....	65
	Structures d'organisation .....	74
	Classification sociale .....	83
	La création de systèmes d'organisation cohésifs .....	86
<b>6.</b>	<b><i>Les systèmes d'étiquetage</i></b> .....	<b>89</b>
	L'étiquetage est une affaire sérieuse .....	90
	Les divers types d'étiquettes .....	94
	Concevoir des étiquettes.....	106
<b>7.</b>	<b><i>Les systèmes de navigation</i></b> .....	<b>123</b>
	Les différents systèmes de navigation.....	124
	Un domaine complexe .....	125
	Les caractéristiques d'un logiciel de navigation .....	125
	Construction d'un contexte .....	126
	Améliorer la flexibilité .....	129
	Les systèmes de navigation enchâssés.....	130
	Les systèmes de navigation supplémentaires.....	139
	Approches avancées de navigation .....	147
<b>8.</b>	<b><i>Les systèmes de recherche</i></b> .....	<b>153</b>
	Votre site a-t-il besoin d'un système de recherche ?.....	154
	L'anatomie d'un système de recherche .....	157
	Un système de recherche n'est pas la Chose des spécialistes en technologies de l'information .....	159
	Quels contenus faut-il rendre accessibles via le système de recherche ? .....	159
	Algorithmes de recherche .....	168
	Constructeurs de requêtes.....	171
	La présentation des résultats .....	173
	Conception d'une interface de recherche .....	190
	Pour en savoir plus .....	202
<b>9.</b>	<b><i>Thésauri, vocabulaires contrôlés et méta-données</i></b> .....	<b>205</b>
	Méta-données .....	206

Vocabulaires contrôlés.....	206
Un peu de jargon technique .....	217
Un thésaurus en action .....	219
Les différents types de thésauri .....	224
Normes et standards en matière de thesaurus .....	227
Relations sémantiques.....	229
Termes préférentiels .....	231
Polyhiérarchie .....	234
Classification par facettes .....	236

### ***Partie III. Procédure et méthodologie***

<b>10. La recherche préliminaire.....</b>	<b>245</b>
Vue d'ensemble du processus .....	246
Un environnement de recherche .....	247
Le contexte .....	248
Le contenu.....	253
Utilisateurs .....	260
Détermination et recrutement d'un panel.....	265
Sessions de recherche utilisateur.....	267
Plaidoyer en faveur de la recherche .....	274
<b>11. Stratégie .....</b>	<b>279</b>
Qu'est-ce qu'une stratégie de l'architecture de l'information ?.....	280
La stratégie remise en cause .....	281
De la recherche à la stratégie .....	283
Élaborer la stratégie .....	284
La livraison de documents .....	288
Le rapport de stratégie.....	293
Le plan du projet .....	303
Présentations .....	303
<b>12. Design et documentation .....</b>	<b>307</b>
Recommandations pour modéliser l'architecture de l'information .....	308
Communiquer visuellement .....	310
Les plans .....	312
Diagrammes en fil de fer.....	323
Cartographie et inventaire du contenu.....	329
Modèles de contenu .....	334
Lexiques personnalisés .....	340
Design Collaboratif.....	342
La synthèse: les guides de style de l'architecture de l'information.....	346

## ***Partie IV. L'architecture de l'information dans la pratique***

<b>13. <i>Cursus et apprentissage</i></b> .....	<b>351</b>
Une transition dans les programmes scolaires .....	352
Un large éventail de choix.....	352
La valeur des diplômes .....	353
L'état du marché.....	354
<b>14. <i>Considérations éthiques</i></b> .....	<b>357</b>
Considérations éthiques .....	357
Modéliser le futur .....	361
<b>15. <i>Composer l'équipe chargée de l'architecture de l'information</i></b> .....	<b>363</b>
Détruire la création .....	364
Couches lentes et rapides .....	365
Le projet contre le programme.....	366
Acheter ou louer.....	367
Avons-nous réellement besoin de recruter des professionnels ? .....	368
La Dream Team.....	370
<b>16. <i>Outils et logiciels</i></b> .....	<b>373</b>
L'heure du changement.....	374
Des catégories en pagaille .....	374
Les questions à poser.....	380

## ***Partie V. L'architecture de l'information de le contexte de l'entreprise***

<b>17. <i>Vendre l'architecture de l'information</i></b> .....	<b>385</b>
Vous devez vendre .....	385
Les deux types d'individus au monde .....	386
Parler des chiffres.....	387
Parler aux instinctifs .....	391
Autres méthodes de vente.....	393
La checklist de la valeur de l'architecture de l'information .....	396
Un dernier mot.....	397
<b>18. <i>Stratégie business</i></b> .....	<b>399</b>
Les origines de la stratégie.....	400
Définir la stratégie business .....	401
Positionnement stratégique .....	403

Exposer les failles de la stratégie business.....	405
La meilleure solution .....	406
De nombreuses bonnes solutions .....	406
Comprendre notre éléphant.....	408
Avantage concurrentiel .....	410
La fin du commencement.....	411
<b>19. Architecture de l'information pour l'entreprise .....</b>	<b>413</b>
Quand l'architecture de l'information rencontre le monde de l'entreprise.....	413
Quel est l'objectif de l'AIE ? .....	416
Concevoir une architecture de l'information pour l'entreprise .....	418
La stratégie et les opérations de l'AIE.....	432
Diviser pour mieux régner.....	438
Le timing est essentiel : la planification des opérations.....	444
Des méthodes et des approches pour aller plus loin .....	450

## **Partie VI. Études de cas**

<b>20. MSWeb : un intranet d'entreprise.....</b>	<b>455</b>
Les défis pour l'utilisateur.....	456
Les défis pour l'architecte de l'information.....	457
Quand les taxonomies s'imposent .....	458
Les avantages pour les utilisateurs.....	480
Les projets à l'étude .....	484
L'accomplissement de Microsoft.....	485
<b>21. evolt.org : une communauté virtuelle .....</b>	<b>487</b>
evolt.org en un mot .....	488
Architecturer une communauté virtuelle .....	488
L'économie participative .....	489
Comment l'architecture de l'information entre en jeu.....	499
L'architecture de l'information participative .....	501

<b>Annexe : Ressources essentielles .....</b>	<b>503</b>
---	------------

<b>Index.....</b>	<b>513</b>
-------------------	------------