

Administrateur internet/intranet

Julie Remfort-Panijel

Le métier d'administrateur internet est encore en pleine évolution. Si, dans un premier temps, il a requis essentiellement des compétences informatiques et notamment la maîtrise du langage HTML afin d'élaborer des pages, d'assurer la mise en forme et la mise à jour du site, ses attributions ont considérablement évolué avec l'apparition d'éditeurs HTML performants, la multiplication exponentielle des informations circulant sur le réseau et le développement du commerce électronique. Ses fonctions sont d'ailleurs très variables suivant la taille du site envisagé, la périodicité de renouvellement et le nombre de personnes en charge du site. Cependant, on assiste actuellement à une redéfinition des métiers de l'internet avec l'apparition de plusieurs noms de métiers suivant les compétences prédominantes. La revue *Internet Professionnel* [BOU 99] distingue huit fonctions stratégiques pour la gestion de projet internet/intranet :

- le chef de projet internet/intranet élabore, en collaboration avec l'équipe technique, l'architecture du réseau et l'arborescence du site ;
- le développeur met en œuvre les différentes applications et fonctionnalités du site internet ou intranet ;
- l'administrateur réseau met en place l'architecture réseau, en tenant compte des impératifs de sécurité et des liaisons entre bases de données ;

- l'administrateur de bases de données prend en charge le maintien de la cohérence des bases de données et la gestion des droits d'accès ;
- le chef de projet utilisateur valide les choix technologiques engagés à la demande des utilisateurs ;
- le webmaster veille à l'animation du site, met à jour les informations, gère les relations avec l'hébergeur, le concepteur et le développeur et répond aux courriers électroniques des utilisateurs ;
- le graphiste s'occupe de tous les aspects visuels du site ;
- le chargé de veille en ligne s'occupe de veille concurrentielle.

Tous ces métiers peuvent être différenciés dans une grande structure ou relever d'une seule personne dans une petite. L'administrateur internet/intranet recouvre d'une manière générale la fonction de webmaster associée parfois à celle de chef de projet.

En étudiant les offres d'emploi et les définitions des missions proposées, on s'aperçoit que l'administration d'un site internet ou intranet exige des compétences multiples et diversifiées suivant les secteurs d'application (commercial ou secteur public) :

- en matière de communication, pour piloter les opérations, définir une stratégie et s'assurer des partenariats ;
- en matière de pédagogie, pour faciliter l'assimilation du contenu informationnel, notamment pour les sites à vocation documentaire ;
- des compétences documentaires d'analyse du contenu de l'information, d'organisation et de présentation de celle-ci afin d'en prévoir une structure conforme aux besoins ;
- une connaissance du domaine traité pour être à même d'analyser et de catégoriser les documents que l'on souhaite proposer ;
- des compétences informatiques pour la conception et/ou la réalisation des pages ou du site.

Des compétences en communication

L'administrateur peut être appelé à déterminer les objectifs de communication ou à travailler en partenariat avec la cellule de communication de l'entreprise. Les offres d'emploi font souvent mention d'une mission de coordination entre les services marketing, exploitation développement, graphistes et sous-traitant ou d'interface entre les clients et les équipes de production. Dans tous les cas, il doit pouvoir, si besoin est,

adapter le projet et proposer des solutions techniques et organisationnelles pour servir les objectifs visés dans le cadre de documents numériques.

A l'occasion du démarrage d'une campagne d'information sur la sortie d'un produit ou la promulgation d'une loi, il convient d'analyser la situation de communication : il faut formuler et hiérarchiser les objectifs, identifier les publics auxquels on s'adresse et adopter un langage approprié dans les documents qui sont mis à leur disposition (par exemple, la terminologie en usage pour des professionnels ou un terme vulgarisé pour le grand public). Le site terminé, l'administrateur aura aussi en charge de faire référencer son site auprès des plus grands moteurs de recherche et des annuaires.

Les pages ou les sites envisagés sont néanmoins très différents suivant qu'ils ont une vocation promotionnelle ou documentaire. Pour les premiers, parmi les objectifs, il s'agit de séduire, d'influencer et de convaincre ; quant aux seconds, il convient de réfléchir aux moyens d'aider à l'acquisition des connaissances et au repérage de l'information.

Les sites promotionnels

Ils ont pour premier souci d'adopter une charte graphique, un graphisme attrayant et la formulation de messages publicitaires convaincants et concis. La communication promotionnelle demande une étude sémiologique des significations multiples et implicites que peuvent recouvrir les mots et les images. Ces références implicites sont souvent utilisées pour construire l'image de marque d'une société. Même s'il est fréquemment réalisé par des agences de communication ou par le service de communication, ce travail nécessite une identification claire des publics cibles et se fait souvent en relation avec l'administrateur. Ce dernier assure la cohérence globale du site avec la politique de communication retenue par la direction générale ; il joue donc le rôle de pivot entre le service de communication, du développement et de la vente.

Il existe plusieurs stratégies de marketing propres à l'internet (*Business to Business, One to One...*), dont l'administrateur n'a pas la responsabilité ; néanmoins, il doit pouvoir mettre en place des outils statistiques et fournir une analyse assez complète de la fréquentation du site et si possible du type de visiteurs.

Les sites à vocation documentaire

L'organisation doit être très étudiée. Les codes de présentation de l'information doivent correspondre aux habitudes de chacun des publics cibles. Par rapport aux moyens de communication classiques, l'hypermédia enrichit le texte ; il offre des possibilités d'embranchement et des compléments d'information. L'administrateur doit pouvoir envisager toutes les solutions techniques pour servir les objectifs préalablement définis.

La présentation du contenu doit elle aussi respecter certaines normes ergonomiques :

- la page d'accueil, claire et conviviale, doit mettre en évidence l'arborescence du site, ses contenus et ses modes de circulation ;
- la navigation doit permettre de visualiser sa position dans l'arborescence, les parcours possibles et offrir une barre de navigation. Les icônes, quant à elles, doivent être cohérentes avec le contenu et garder toujours le même signifié sur l'ensemble du site ;
- les liens hypermédias servent à recontextualiser et enrichir le propos pour pouvoir guider l'internaute, sans pour autant le noyer dans une masse d'informations trop importante. La structure argumentative et les modes d'accès doivent être différents selon le public visé et adopter une démarche pédagogique ;
- il faut souvent proposer une interface différente selon le niveau du visiteur, prévoir une introduction explicative et des animations illustratives.

Il s'agit donc d'habiller l'information et de la présenter de la manière la plus didactique possible. En respectant ces schémas, véritables structures cognitives, l'administrateur facilite chez l'internaute la construction de représentations et donc l'assimilation du message.

L'élaboration d'un contenu à vocation informative, dans quelque domaine que ce soit, ne peut se faire sans une certaine connaissance des processus cognitifs propres à l'internet et à la communication interactionnelle.

Des compétences documentaires

Parallèlement au travail en amont de conception ergonomique et rédactionnelle du site, l'administrateur a en charge la visibilité du site. Chaque page mise en ligne doit pouvoir être identifiée et repérée par le plus grand nombre de moteurs de recherche, d'annuaires de site ou de

métarobots. Pour cela, il s'occupe de leur indexation en les associant à des mots-clés en plusieurs langues, inscrits dans les métadonnées des documents HTML.

Les métadonnées sont actuellement en cours de normalisation afin non seulement de faciliter et d'accélérer la recherche d'information, mais aussi d'indiquer la gestion des droits d'utilisation de la ressource. Comme le décrit Catherine Lupovici, le *Dublin Core* définit une normalisation des métadonnées qui permettent d'indexer et de repérer le document électronique [LUP99]. C'est un ensemble de quinze balises descriptives réparties en trois grands types :

- métadonnées relatives à la ressource et permettant de l'identifier (titre, auteur, date de publication, identifiant unique comme l'adresse URL) ;
- métadonnées relatives au contenu intellectuel du document (sujet défini sous forme de mots-clés, description éventuellement sous forme de résumé) ;
- métadonnées relatives à la propriété intellectuelle, avec notamment mention de droits d'utilisation accordés par l'auteur.

L'administrateur doit donc se tenir au courant des standards et des normalisations en cours. Il doit aussi s'occuper du référencement de son site sur les grands robots de recherche et sur les annuaires thématiques.

Dans le cadre d'un site intranet, l'administrateur peut aussi être amené à faire des recherches documentaires thématiques en fonction des besoins, des pratiques et des attentes des différents services, à procéder à l'évaluation, au filtrage, à l'actualisation et éventuellement à la synthèse des informations qu'il met à disposition, à assurer une veille concurrentielle et à organiser la mémoire collective de l'entreprise. Il faut aussi envisager différents niveaux d'accès : des informations plutôt orientées grand public, d'autres plus professionnelles et des contenus personnalisés pour experts. Nombre d'entreprises s'intéressent d'ailleurs à la Diffusion sélective d'information (DSI) en fonction de profils réalisés individuellement ou de manière automatique afin d'accélérer les échanges d'information. L'intranet représente un enjeu important puisqu'il capitalise au même titre qu'un centre de documentation le savoir-faire d'une entreprise et constitue un outil de partage d'informations accessible aux salariés et alimenté, après validation du contenu, par chacun d'entre eux.

De manière générale, l'administrateur internet/intranet va devoir aussi s'occuper de la mise en place de système de recherche d'information à partir d'un vocabulaire contrôlé prédéfini ou d'un robot de recherche au sein du site par exemple. Toutes les pages devront être correctement

repérées (auteur, date de conception et/ou de mise à jour, adresse URL). L'administrateur pourra réfléchir à la nécessité ou non de travailler avec une base de données, suivant l'importance du nombre de mots-clés, de thématiques et de documents mis à disposition ; la base sera structurée en fonction des modes d'interrogation qu'il aura déterminés. Pour indexer les documents et leur assigner des mots-clés, des compétences dans le domaine traité sont souhaitables.

Des compétences dans le domaine traité

L'organisation du contenu d'un site repose sur une solide connaissance du domaine, des acteurs et des institutions qui le font évoluer, ainsi que sur une maîtrise des concepts de la discipline pour pouvoir structurer le site et catégoriser les documents.

Le profil double-compétence de l'administrateur lui permettra aussi d'identifier les partenaires possibles, de s'assurer de la validité des informations mises à disposition, des événements nouveaux afin d'assurer une veille scientifique ou concurrentielle ainsi que l'actualisation du site.

Ainsi l'administrateur pourra-t-il faire évoluer son site, l'organiser suivant les différentes problématiques des internautes cibles (spécialistes ou novices), repérer, valider et pointer vers des informations susceptibles de les intéresser.

Des compétences informatiques

La conception d'un site s'accompagne d'une mise en ligne des contenus exigeant des connaissances informatiques. Les offres d'emploi disponibles sur l'internet font apparaître des compétences multiples :

– maîtrise des éditeurs HTML tels que FrontPage, WebExpert, Dreamweaver ou des langages dédiés internet comme HTML, XML (*eXtensible Markup Language*), langage de marquage situé à mi-chemin entre SGML, le langage de référence en milieu professionnel pour la gestion électronique des documents, et HTML ; XML n'est pas un langage sémantiquement figé comme peut l'être HTML, mais au contraire un langage ouvert avec lequel on peut créer ses propres balises de description du contenu ; la mise en forme est réalisé par une feuille de style ; ou VRML (*Virtual Reality Modeling Language*) : langage permettant de réaliser des interfaces en 3D ;

- maîtrise des logiciels de PAO (Publication assistée par ordinateur) tels que Photoshop (logiciel de retouche et de montage photographique), Illustrator (logiciel de dessin), Xpress (logiciel de mise en page à vocation professionnelle) ;

- maîtrise de logiciels de génération d'animations graphiques et interactives (Flash, Shockwave) et de langages comme Javascript. Celui-ci est utilisé comme complément au langage HTML, pour tout ce qui relève du traitement dynamique côté client : il est possible de gérer les événements (mouvements de la souris, clic, double-clic) et les actions consécutives à ces événements (ouverture d'une fenêtre, apparition d'une image, affichage de boîtes de dialogue, contrôle de la validité des données d'un formulaire...). Java apparaît aussi dans les compétences requises par les annonceurs. C'est un langage de programmation compilé dont le domaine d'application s'étend bien au-delà de l'internet. Java présente l'avantage de fonctionner sur tous les systèmes d'exploitation (Windows, Unix, Macintosh). Seuls les petits programmes Java ou applets sont utilisés sur l'internet en raisons de la lenteur du chargement des programmes ;

- maîtrise de bases de données (Oracle, SQL Server, Access) et du langage de requête SQL pour la création et/ou l'administration de bases, ainsi que des langages serveur ASP, PHP, CGI ou Javascript côté serveur pour créer des interfaces entre serveur et utilisateurs de la base ;

- l'administrateur internet/intranet doit être capable de gérer les droits d'accès aux diverses informations mais ne s'occupe pas de la sécurité du réseau local.

Conclusion

L'assemblage de connaissances diverses renforcées par une connaissance spécifique des outils informatiques constitue une nouvelle catégorie socioprofessionnelle en plein essor. Si cette combinaison de compétences correspond à un besoin économique, sa dénomination est encore très fluctuante. Ces fonctions sont le plus souvent désignées par d'autres appellations, notamment par le terme anglais *webmaster* qui est le plus répandu, parfois traduit par webmestre.

Cependant, la terminologie des métiers de l'internet reste floue. Si certains annonceurs recherchent ces compétences multiples sous la dénomination de chef de projet internet/intranet, ce poste semble plus centré sur l'élaboration et la rédaction technique de cahiers des charges ainsi que sur la gestion de projet sans impliquer une responsabilité éditoriale, comme c'est le cas pour l'administrateur. Le poste de webmaster, quant à lui, reste

souvent limité à la mise en ligne de documents (adaptation du format papier au format HTML).

Le secteur commercial identifie rapidement ses besoins et définit assez vite de nouvelles catégories professionnelles. Le secteur public, contraint par des catégories professionnelles relevant de décisions gouvernementales, tarde à identifier ces nouveaux métiers.

Ils semblent néanmoins répondre à un réel besoin économique ; l'évolution permanente des nouvelles technologies et le bouleversement des catégories professionnelles de l'intermédiation (journalistes, documentalistes, chargés de communication, etc.), chacune d'entre elles devant se redéfinir, se positionner et redessiner son territoire, explique peut-être la difficulté à définir ces nouvelles responsabilités.

Bibliographie

Ouvrages et revues

[BOU 98] BOUGEARD M., « Huit métiers internet qui montent », *Internet Professionnel*, n° 18, mars 1998.

[BOU 00] BOURDONCLE F., BERTIN P., « Recherche d'aiguille dans une botte de liens », *La Recherche*, n° 328, février 2000.

[FON 99] FONDIN H., « La recherche d'information dans les mémoires électroniques », *Documentaliste-Sciences de l'information*, vol. 36, n° 4-5, 1999, p. 242-248.

« Les nouveaux territoires de l'information spécialisée », *Journée d'étude ADBS-SFSIC*, Paris, 30 mars 1999 in *Documentaliste-Sciences de l'information*, vol. 36, n°4-5, 1999.

[LUP 99] LUPOVICI C., « Identification des ressources sur internet et métadonnées : diversité des standards », *Documentaliste-Sciences de l'information*, vol. 36, n° 6, 1999, p. 321-325.

La communication : état des savoirs, Edition Sciences Humaines, Auxerre, 1998.

Internet

« Le webmaster inconnu », *Le Monde*, 22 sept. 1999
<http://www.lemonde.fr/article/0,2320,23337,00.html>.

« L'homme-orchestre du Net », *Le Monde*, 8 sept. 1999
<http://www.lemonde.fr/article/0,2320,21438,00.html>.

INA avec la participation de 9A+, étude menée par Sandrine CORDANI, Principaux résultats de l'étude « 1998/2000 : les métiers du numérique en France, état des lieux et perspectives », <http://www.ina.fr/jobs>.

BRETELLE-DESMAZIERES D., CONFLAND D., BALTZ C., *Les enjeux de l'information*,
<http://www.sup.adc.education.fr/bib/publ/guides/enjeux/default.htm>.

MICHEL J., *Le changement dans les structures documentaires*
<http://wwwparis.enpc.fr/~michel-j/publi/JM324.html>.

MAYEUR P., *Webmaster, webmestre, webmaître : un essai de définition*
<http://www.ensmp.fr/industrie/jmycs/divers/webmaitre.html>.

