

5 – L'information et ses sources

Nous analyserons successivement les caractéristiques de l'information, les types de documents sur lesquels celle-ci est consignée et les sources où trouver ces documents et ces informations.

1 – L'information

1.1 – Définition : une information est une donnée qui a été traitée afin d'être utile (en latin, *informare* signifie "mettre en forme"). L'information apporte à son destinataire ou utilisateur une connaissance nouvelle ou améliore sa connaissance et elle réduit son incertitude en se différenciant de ce qui est déjà connu.

1.2 - Les trois dimensions de l'information :

- **dimension technique** : le signe, les symboles qui sont émis, transmis et éventuellement stockés ; ils doivent être correctement écrits, transmis et lus ;
- **dimension sémantique** : c'est la signification véhiculée par l'information ; les symboles et signes doivent être compréhensibles et apporter la signification désirée avec la précision désirée ;
- **dimension utilitaire** : cela correspond à ce qu'apporte l'information en termes de savoir et de connaissances, de transformation de la représentation d'une connaissance et de réduction de l'incertitude ; aussi l'information traitée et stockée doit être adaptée aux besoins présents et/ou futurs des utilisateurs.

Pour chaque dimension, des problèmes particuliers peuvent se poser : problèmes techniques (mauvaise impression d'un document), problèmes sémantiques (message mal rédigé donc incompréhensible), problèmes d'utilité (le message est lisible, compréhensible mais n'apporte aucune information nouvelle utile). La dimension utilitaire de l'information est fondamentale et dépend souvent de sa qualité sémantique, ce qui nécessite souvent une "traduction" à destination des différents utilisateurs.

1.3 – La diversité des informations

Les informations peuvent être différenciées :

- **par leur nature** : informations commerciales, financières, comptables etc. ;
- **par leur objet** : portant sur un sujet précis ; par exemple : une information portant sur les parités des monnaies (c'est l'objet de l'information) aura, selon la forme données, une nature commerciale (impact sur le chiffre d'affaires), une nature financière (nécessité d'une couverture financière), une nature comptable (écart de conversion, provision) ;
- **par leur forme** : écrite, orale, chiffrée, graphique, photographique etc. ;
- **par leur support** : papier, CD-Rom, affiche etc.

1.4 – Les qualités de l'information

Une information doit satisfaire le besoin de l'utilisateur et conditionne largement la qualité de la décision. Ainsi, les qualités de l'information sont :

- **l'objectivité** : elle décrit la situation observée et non le sentiment de l'observateur,
- **la précision** : le degré de précision doit être en rapport avec les besoins de l'utilisateur,
- **la fiabilité** : la probabilité que l'information ne soit pas erronée,
- **la traçabilité** : justification de l'information en donnant sa source ou son mode de calcul,
- **l'actualité** : la qualité de l'information diminue avec son âge,
- **la pertinence** : adaptée aux besoins de l'utilisateur,
- **la disponibilité** : l'information doit être d'un accès aisé pour les différents utilisateurs,
- **la maîtrise de son coût**, dans une optique coût/utilité.

1.5 – Le besoin d'information

Le besoin d'informations d'une organisation a trois sources principales :

- **les obligations légales** : il est nécessaire de produire certaines informations dans une certaine forme, à une certaine date, pour le fisc, les actionnaires, les organismes sociaux...
- **le besoin de coordination de l'organisation** : plus le travail est divisé et, aussi, plus les situations sont complexes, plus il est nécessaire d'échanger des informations pour réaliser la coordination ;
- **la préparation des décisions** : l'information est la matière première essentielle à la décision.

2 - Les types de documents contenant l'information

L'information ou les informations recherchées sont consignées (écrites ou enregistrées) sur des documents.

2.1 – Typologie des documents selon la nature du document :

- texte écrit,
- enregistrement sonore,
- image fixe ou image animée,
- enregistrement audiovisuel,
- enregistrement électronique :
 - o écrit,
 - o multimédia qui intègre simultanément l'écrit, le son et l'image sur le même support.

2.2 – Typologie des documents selon le support utilisé :

- **le papier** (texte écrit, estampe, photographie, etc.),
- **les supports analogiques** :
 - o film (image fixe, image animée sonorisée ou non),
 - o bande magnétique (sonore ou audiovisuelle).
- **les supports électroniques** :
 - o supports magnétiques (disques durs),
 - o supports optiques (cédérom...) pouvant contenir simultanément toutes les natures de messages (textes écrits, images fixes et animées, son, audiovisuel) dès lors qu'ils sont numérisés.

2.3 - Typologie relative au traitement documentaire :

- **les documents primaires** qui contiennent l'information recherchée :
 - o ouvrages de référence (encyclopédies, dictionnaires, répertoires ou annuaires),
 - o monographies (car documents uniques) ; il s'agit des livres, actes de colloques, thèses et mémoires, rapports de recherche et rapports techniques, programmes informatiques, bases de données informatiques,
 - o publications : revues, journaux, actes de manifestations scientifiques (colloques, congrès), bulletins d'information officiels,
 - o documents graphiques (cartes, plans, images fixes ou animées),
 - o documents sonores.
- **les documents secondaires** qui facilitent l'accès aux documents primaires ou à l'information :
 - o catalogues,
 - o bibliographies,
 - o notices bibliographiques (une notice bibliographique décrit un ouvrage).

3 – Les sources de l'information

3.1 - Les sources d'information internes

L'organisation dispose de nombreuses informations émanant de ses différents services :

- informations chiffrées (production, chiffre d'affaires réalisé, taux d'absentéisme du personnel...) ;
- informations commerciales : fichier clients, rapports de la force de vente, réclamations et suggestions des clients (service consommateur) ;
- informations sociales (climat de l'entreprise à l'annonce d'une restructuration, réaction face à l'acquisition de nouveaux matériels...) ;
- informations juridiques communiquées par le service juridique ou autres services ;
- informations techniques ou scientifiques.

Dans les organisations de taille plus importante, la bibliothèque ou le centre de documentation tient une place prépondérante d'informations. La gestion de l'information en interne consiste à mettre en place une base de données qui pourra être consultée par tout public et qui variera en fonction de l'importance du fonds documentaire, de la précision de la recherche et de l'investissement.

3.2 – Les sources d'information externes secondaires

Elles sont nombreuses et très diverses quant à leur origine. Elles regroupent toutes les informations que l'entreprise va collecter auprès de la presse et d'organismes divers, publics ou privés.

La collecte et l'analyse de l'information ont déjà été effectuées par une personne ou un organisme pour d'autres motifs que ceux de l'entreprise. Ces informations sont contenues dans des documents écrits et de plus en plus dans des documents numérisés (cédéroms) et/ou accessibles en ligne par Internet.

Ces sources sont essentiellement :

- la presse, les rapports d'étude, les actes de colloques,
- les dépôts de marques ou de brevets,
- les organismes publics : INSEE, Documentation Française, AFNOR, CNRS, INC, les chambres de commerce et d'industrie,
- les organismes privés : cabinets de conseils et banques de données (ensemble d'informations appartenant à un même domaine de connaissances, organisées en un fichier informatisé, exploitable à distance via internet ou bien au sein de l'entreprise par l'achat de cédéroms),
- les bibliothèques et centres de documentation généralistes ou spécialisés.

3.3 - Les sources d'information externes primaires

Si l'information n'est pas présente dans les sources d'informations secondaires ou que celles-ci ne sont pas accessibles ou incomplètes, l'étude primaire est alors nécessaire. L'organisation peut, selon son besoin d'information, choisir entre deux modes de collecte :

- l'enquête, permettant de mesurer une opinion, une fréquence d'utilisation ... ;
- les études qualitatives (par exemple réunions de consommateurs), permettant de comprendre les raisons ou les motivations d'un achat, d'une utilisation d'un produit ou d'un service...