

# LEXIQUE D'INFO-DOC POUR PROFS D'HISTOIRE-GÉO



## 1

### LA SITUATION DE COMMUNICATION

La situation de communication mobilise un émetteur qui transmet une information avec une intention particulière, à un récepteur.

Le sujet de CCF se base sur une situation de communication précise et doit comporter ces trois éléments : **émetteur**, **information**, **récepteur**.

Exemple :

Dans le cadre du Festival Alimentterre, **vous** devez organiser un **débat** à l'amphithéâtre du lycée. Le débat, ouvert à **l'ensemble de la communauté éducative**, portera sur la question "**La malnutrition touche-t-elle une part croissante de la population mondiale?**".

## 2

### L'INFORMATION

L'information est le contenu d'un acte de communication. Dans une situation de communication donnée, un **émetteur** transmet une **information** à un **récepteur**, qui se l'approprie et en fait une connaissance.



# 3

## LES GENRES DE L'INFORMATION

Il est possible de caractériser une information selon son genre. Pour cela, il faut croiser **deux critères** : **la durée de vie de l'information**, (éphémère ou durable) et **sa fonction** (utilité immédiate ou diffuse).

### DURÉE DE VIE

#### EPHÉMÈRE

#### DURABLE

### FONCTIONS

**Utilité explicite** : j'en ai besoin pour agir / devenir expert

Information de renseignement

Information spécialisée (scientifique et technique/professionnelle, vulgarisée)

**Utilité diffuse** : j'en ai besoin pour me divertir / m'enrichir

Information médiatique

Information culturelle

# 4

## LE BESOIN D'INFORMATION

Le besoin d'information déclenche une recherche d'information.

On peut distinguer deux types de besoins d'information : celui qui émane du désir d'apprendre et celui qui provient du désir d'agir.

On peut par ailleurs être amené à rechercher de l'information pour soi ou pour autrui.

# 5

## LE DOCUMENT

Le document est un objet qui est le support physique de l'information. Le document en tant que "contenant" de l'information exerce une contrainte sur l'information (le contenu).

En effet, en fonction du document, l'information est plus ou moins synthétique, plus ou moins développée.

Par exemple : la photo de Simone Veil lors de son discours sur l'avortement à l'Assemblée Nationale donne des informations (sur le lieu du discours, la période - photo en noir et blanc, le code vestimentaire...). Or, ces informations seront plus développées dans le texte par exemple.

Tout objet peut être considéré comme un document dès lors qu'on y recherche une information : par exemple, un vase trouvé par des archéologues devient un document à partir du moment où les scientifiques recherchent des informations sur l'époque où a été fabriqué le vase.

Il existe deux types de documents :

**Le document primaire**, qui correspond au document original (une photo, un texte qui sont l'œuvre d'un émetteur à un instant T).

**Le document secondaire** qui donne des informations sur le document primaire (un résumé, un synopsis, une revue de presse...)

Le document a plusieurs fonctions:

Il permet de **diffuser** l'information (il peut être dupliqué).

Il permet la **conservation** de l'information : une information peut être conservée dans un document et mise à disposition à un autre moment.

Il sert de **preuve**.

# 6

## LE PAYSAGE INFORMATIONNEL

Le paysage informationnel se définit par 3 contextes : le contexte de production, d'édition et de diffusion de l'information.

Le contexte de production détermine les deux autres.

**Le contexte de production** de l'information est le cadre dans lequel l'information est émise. Cette information est émise avec une intention particulière.

**Le contexte d'édition** se caractérise par la mise en forme de l'information et par les règles d'écriture correspondantes.

**Le contexte de diffusion** renvoie au public visé et aux moyens d'accès à l'information.

Il existe 6 contextes de production de l'information.

- **Le contexte de production institutionnel** : dans ce contexte, l'information est produite par des organismes publics dont l'intention est de diffuser des lois, des normes.

- **Le contexte de production associatif** : ce contexte renvoie à l'information produite par un groupement de personnes pour le partage ou la défense d'un intérêt commun. Les informations sont produites dans le but de sensibiliser, de faire prendre conscience, de défendre, de donner une opinion, de convaincre.

- **Le contexte de production commercial** : ce contexte renvoie à l'information produite par des entreprises privées dont l'objectif est de vendre.

- **Le contexte de production professionnel** : ce contexte renvoie à l'information produite par un professionnel qui souhaite partager des savoirs entre pairs, des pratiques et témoigner de retours d'expérience sur le terrain.

- **Le contexte de production individuel** : dans ce contexte, un individu produit de l'information pour faire son autopromotion.

- **Le contexte de production scientifique** : ce contexte renvoie à l'information produite par des organismes de la recherche scientifique. Les intentions des émetteurs sont de diffuser le savoir et ses avancées.

# 6

## LE PAYSAGE INFORMATIONNEL

CONTEXTE DE PRODUCTION		CONTEXTE D'ÉDITION		CONTEXTE DE DIFFUSION
Nom du contexte	Intention de communication	Mise en forme de l'information	Normes d'écriture de l'information	Public visé
<b>Institutionnel</b>	Diffuser les règles, la loi.	Publications officielles, responsabilité éditoriale (garant de l'institution).	Respect des chartes graphiques. Logos. Structuration forte. Mentions légales. Références explicites à la législation.	Tous les citoyens, diffusion très large.
<b>Associatif</b>	Sensibiliser à une cause. Faire prendre conscience. Défendre des intérêts. Donner une opinion (partage). Convaincre, communiquer, échanger.	Ligne éditoriale, stratégie en conformité avec les statuts de l'association.	Présence de statuts. Logos. Charte graphique. Vocabulaire particulier en lien avec le domaine d'intérêt (subjectif).	Adhérents, sympathisants « potentiels ».
<b>Commercial</b>	Vendre. Diffuser des faits, l'actualité. Faire réfléchir.	Relations publiques, publicité, ligne éditoriale.	Chartes, logos, mentions légales (n° SIRET). Vocabulaire superlatif, laudatif, incitatif ou en lien avec la ligne éditoriale.	Public ciblé par segment.
<b>Professionnel</b>	Protéger les intérêts d'ordre professionnel. Promouvoir. Représenter. Partager des connaissances du terrain (témoignages).	Stratégie liée à l'activité défendue.	Illustrations. Témoignages. Chartes graphiques. Vocabulaire technique au service de l'efficacité.	Professionnels.
<b>Individuel</b>	Partager sa connaissance. Rechercher de la reconnaissance ou de la notoriété.	Autoédition.	Pas de norme d'écriture spécifique.	Pas de public spécifique défini a priori.
<b>Scientifique</b>	Diffuser du savoir et ses avancées.	Supports de communications scientifiques normés.	Normes d'écriture autour de problématiques/résultats. Références bibliographiques.	Scientifiques, chercheurs.

Source : *S'informer pour comprendre (2023) : Information-Documentation / Histoire-Géographie*, Éducagri Éditions.



## LE SYSTÈME D'INFORMATION

7

Un système d'information est un dispositif qui **permet de rendre lisible et accessible l'information** pour en permettre son appropriation.

Le système d'information repose sur **4 composantes** :

- la collecte de l'information
- son analyse et son traitement
- son stockage
- sa diffusion

Ces différentes opérations concourent à la production d'une information sur l'information initiale (exemple : réalisation d'une notice, d'un résumé etc.) et peuvent être effectuées de manière automatique ou manuelle.

Il peut exister des systèmes d'information **généralistes** comme les moteurs de recherche type Google, le CDI ou des systèmes d'information **spécialisés** comme l'INAthèque, l'INSEE...

8

## L'ANALYSE DE LA QUALITÉ DE L'INFORMATION

Je dois évaluer la qualité d'une information afin de savoir si je peux utiliser cette information pour répondre à un besoin d'information. Je vais donc m'aider des critères suivants : la **l'identification, la pertinence et la fiabilité de l'information.**

Pour identifier l'information, je dresse une carte d'identité de l'information : quel est son genre? son contexte de production? le public visé (en lien avec le contexte de diffusion)? les règles d'écriture (en lien avec le contexte d'édition)?

Identifier l'information me permet de déduire des indices de validité de l'information qui correspondent au degré de confiance que j'accorde à cette information : quelles sont les intentions de l'émetteur? quel est son degré d'expertise? ...

Il est aussi important de réfléchir à la pertinence de cette information au regard du besoin d'information : est ce que cette information me sera utile pour ce que je dois faire? (préparer un exposé, une exposition, un podcast ou rédiger un article, poster sur les réseaux sociaux etc.) et correspond-elle au public visé ?

**Après l'analyse, je peux enfin décider : est-ce que je conserve cette information ou pas ?**