

MODULE 5 : LA COLLECTE DE L'INFORMATION

I. DÉFINITION ET CARACTÉRISTIQUES DE L'INFORMATION

II. LES BESOINS D'INFORMATION

Application 1

Mme Sabatier de la société Durand, assistante au comité d'entreprise, est chargée d'organiser un week-end en montagne pour les enfants du personnel.

1. Faites l'inventaire des informations nécessaires pour la préparation du voyage, en adoptant la méthode QQQQCP.

Application 2

La société de discount alimentaire Flèche désire améliorer son service auprès de ses clients. Elle envisage pour cela de créer un service de vente à distance en utilisant le serveur Internet.

Flèche propose essentiellement des produits alimentaires, d'entretien et d'habillement.

Dans un premier temps, le directeur souhaiterait mieux connaître sa clientèle et savoir si elle est prête à utiliser un serveur Internet. Pour cela, il vous demande de mettre en place une enquête.

1. Présentez une analyse de l'organisation de l'enquête sous forme de QQQQCP.

III. LES SOURCES D'INFORMATION

Application 3

L'entreprise VERT-LOISIRS fabrique du mobilier de jardin (tables, sièges, bancs) en métal et bois. La qualité des articles et le développement des activités de loisirs ont assuré une progression régulière des ventes, auprès d'une clientèle fidèle. Mais la concurrence devient de plus en plus agressive. Pour rendre les décisions voulues, le directeur commercial vous demande de collecter, sur les concurrents, les informations essentielles pouvant être utiles à sa politique commerciale. Pour cela :

1. Recensez la nature des informations à collecter sur les concurrents ;
2. Repérez les sources possibles d'informations.

Application 4

Dans l'entreprise FUMAL, la direction envisage l'installation d'une salle de sports pour le personnel.

1. Quelles informations est-il nécessaire de collecter pour prendre les décisions voulues ?
2. Distinguez les informations selon leur sources (interne ou externe) et selon leur nature (techniques, financière, commerciale, juridiques...).

IV. LES QUALITÉS DE L'INFORMATION

Application 5

Qu'est-ce qui change pour le journaliste ?

Le journaliste professionnel traditionnel est accoutumé à certaines sources d'information dont il a généralement le privilège : dépêches d'agences de presse, conférences de presse, revues de presse, ... Pour des raisons pratiques et budgétaires, le journaliste investit assez rarement le « terrain ». Aujourd'hui, même si ces sources n'ont pas disparu, elles sont complétées par l'immense espace d'information, en grosse majorité publiquement et gratuitement accessible, que constitue l'Internet. Actuellement, il est tout à fait possible d'écrire de nombreux articles sans quitter son écran. C'est à la fois une chance extraordinaire et un danger certain, si on ne prend pas garde à préserver un minimum de critique et de déontologie.

Sur Internet, non seulement l'information est abondante, mais elle est d'une *grande fraîcheur*. Les dernières statistiques sur l'âge des pages Web, comprenons ici le temps écoulé depuis leur mise en ligne, révèle un média très dynamique. Des 1,6 milliard de pages globalement recensées, 71 % sont en ligne depuis moins d'un an. Pratiquement tous les médias traditionnels et agences de presse ont aujourd'hui leur pendant numérique, tandis que d'autres acteurs profitent de l'émergence des nouvelles technologies de communication pour s'imposer comme producteurs de contenus.

Dans sa recherche d'information, le journaliste est largement aidé par Internet : moteurs de recherche et annuaires généraux et spécialisés, bibliothèques en ligne, encyclopédies et dictionnaires en ligne, médias en ligne, listes de discussion, ... sont autant de sources d'information à portée de la main. Sans compter le grand nombre de personnalités physiques ou morales accessibles par le réseau !

L'information est à portée de la main, certes, mais elle n'est pas toujours crédible ni bien documentée. D'où l'importance pour le journaliste, en tant que collecteur d'information, de redoubler de prudence et d'appliquer les règles traditionnelles de recoupement et de critique des sources. D'où l'importance pour ce même journaliste, en tant que diffuseur d'information, d'assurer sa crédibilité par la qualité de sa documentation, de ses références et, en particulier, par une grande rigueur dans la citation des sources.

Extrait du site *Redaction.be* – le site des spécialistes de l'information en ligne.

À partir du texte et de vos connaissances, répondez aux questions suivantes en argumentant vos propos :

1. Quelles sont les sources d'information des journalistes ?
2. Sont-elles accessibles à tout le monde ?
3. Quels problèmes peuvent poser les informations disponibles sur Internet ?
4. Par rapport au paragraphe concernant « la fraîcheur de l'information » que signifient réellement les statistiques évoquées, en termes d'actualité des informations ?
5. D'après ce texte, quelles qualités doit avoir une bonne information ?