**Information : Définitions et caractéristiques**

**Définitions de l’information :**

Le terme *information* est à l’aune de celui de communication : un mot flou qui implique derrière ses acceptions de nombreuses acceptions sociales et de multiples jugements de valeurs : polysémique mais surtout polydiscursif.

Issu du latin, les termes *informer (informare)* et *information (information)* apparaissent au XIIe siècle (vers 1170-1190). Ils sont alors très proches de leur racine puisqu’ils signifient « donner une forme, une signification », « se représenter idéalement » quelque chose.

Vers 1274, le terme *information* change de sens : introduit dans le vocabulaire juridique, il désigne *une enquête en matière criminelle par les officiers de police* et précisément *l’ensemble des actes qui tendent à établir la preuve d’une infraction et en découvrir les auteurs*. Cette enquête est dite *information* parce qu’on forme, on construit l’ensemble des renseignements ou des preuves sur ou contre quelqu’un. Par analogie, le verbe *informer* devient synonyme d’avertir, d’aviser et d’instruire de quelque chose : *on informe sur un fait, contre quelqu’un, sur un ordre*.

Ce sens juridique répond au XIVe siècle dans le langage courant avec le sens *d’avertir, instruire, mettre au courant quelqu’un de quelque chose*.

La Révolution se charge ensuite de lui donner une valeur politico-éducative : en informant, il ne s’agit plus de mettre au courant les individus de quelque chose mais d’éclairer les citoyens sur ce qui se passe dans les coulisses du pouvoir. L’information est alors synonyme de publicité, au sens étymologique, de rendre public des faits. Elle est opposée à *polémique* et vise à instruire – (in)former – le peuple institué citoyen.

À partir du XXe sicèle, le terme *information* est associé à *objectivité* et opposé à *désinformation*. L’information est donc l’action de rendre compte objectivement des faits à l’opinion et des faits vrais et attestés. De là naît dans les années 1950 son dérivé, le terme *désinformation* (1954), défini comme *l’utilisation des techniques d’information et notamment de l’information de masse pour induire en erreur cacher ou travestir un fait*. Durant la même decenie, *information* enregitre un troisième sens suite à l’influence des travaux américains sur les théories de l’information et la cybernétique : l’information est ainsi entendu comme *une mesure quantitative de l’incertitude d’un message en fonction de la probabilité de chaque signal composant ce message*. Est donc information, un Bit *(contraction de Binary Digit)* une quantité élémentaire, mesurable et non prévisible d’information numérique.

Érigé au rang des notions savantes, le terme *information* s’abrège dans le langage familier en « info ». Par ce raccourci, il désigne les nouvelle mais aussi le journal écrit, parlé ou télévisé *t’as lu, entendu, vu les infos*. *Information* devient synonyme de *news*, d’actualité, mais aussi de *scoop* : *une nouvelle importante qui a été données en exclusivité*. Le XXIe siècle en fait un label ; le terme est associé à sensationnel, à Audimat, à instantanéité, à rentabilité. On ne parle plus dès lors d’informer pour apporter des connaissances mais pour livrer des scoops dans le but de pair à l’opinion (Sacriste, 2007, p. 30-32).

Selon le dictionnaire *Lexique d’information, communication*, le mot information désignée en Anglais par *news* ou *information* signifie renseignement ou ensemble de renseignements concernant quelqu’un ou quelque chose, et susceptible d’être porté à la connaissance d’une personne ou de plusieurs personnes, rassemblé en un même lieu ou dispersé et sans relations les uns avec les autres.

Le mot information peut désigner également une tout autre réalité s’il est précédé par l’article défini « l’ » : l’information concerne alors cette institution singulière, avec ses techniques, ses professionnels et ses disciplines, née avec les journaux quotidiens, au XXe siècle, sur la vague de la révolution industrielle et des libertés, publiques et personnelles.

Avec la multiplicité et la diversité des médias, à la fin du XXe siècle, l’information désignera davantage encore, au moins pour les économistes, depuis Fritz Machlup (1962) et Marc U. Porat (1977) : non seulement les nouvelles portant sur l’actualité (news), les données concernant les activités économiques, financières ou sociales (data), mais aussi les œuvres divertissantes (les jeux, l’audiovisuel, l’entertainment), le savoir en général, les connaissances (knowledge), ou bien encore les œuvres de fiction (les films, les téléfilms et les feuilletons).

Chacune de ces trois acceptions donne lieu à des interprétations ou à des représentations dont la visée et la signification sont très différentes. La première acception, la plus étroite, ouvre la voie à la théorie de l’information, formulée en 1947 par Claude E. Shannon et Warner Weaver : à la manière des ingénieurs du téléphone, elle se propose de décomposer en plusieurs éléments toute communication d’information, depuis la source de celle-ci jusqu’à sa destination, en passant par le média, ou le canal, qui assure la transmission après avoir codé le signal, et le récepteur, qui décode ce dernier afin de retrouver le signal initial. La deuxième acception met l’accent sur les institutions auxquelles les journaux du XXe siècle ont donné naissance : le journalisme, avec ses métiers, ses disciplines, ses spécialités ; les médias, lorsqu’ils se consacrent à l’actualité plutôt qu’à la fiction, à renseigner ou informer plutôt qu’à divertir ou à éduquer ; enfin les relations des organes d’informations et des journalistes avec, d’un côté, leurs « sources », qui cherchent à les instrumentaliser, et, de l’autre, leurs différents publics, aux attentes et aux curiosités desquels ils doivent être attentifs. L’information, en ce sens, est définie par rapport aux simples renseignements et par rapport à la connaissance. L’information, comme contenu convoyé par un média, -un journal, une station de radio-, est un ensemble de nouvelles, de renseignements, d’annonces ou de récits, auxquels un sens à été donné, à travers une mise en formes, une mise en perspective, afin d’être aisément accessible pour une audience donnée. La connaissance est un savoir plus ou moins ordonné, de portée plus générale, leur lien particulier avec l’actualité est assimilé comme tel par un groupe ou par un individu donnée. La troisième acception est celle que l’on retient quand on évoque, à la suit d’Al gore (1962), les autoroutes de l’information ou, depuis 1994, la société de l’information, ses réseaux et ses services. La société de l’information, pour les hommes politiques et les fonctionnaires internationaux qui utilisent l’expression, depuis 1995-1996, désigne à la fois une réalité et un projet. La réalité, selon eux, c’est la place prépondérante de l’information dans la société, place qui a été, jadis, de l’agriculture (jusqu’à 1900), puis de l’industrie (entre 1900 et 1975-1980). Le projet, c’est l’ensemble des objectifs que l’on peut espérer atteindre, pour le plus grand bénéfice de tous, en construisant de nouvelles autoroutes pour l’information. Au-delà de ce diagnostic et de cette volonté, il y a la représentation d’une société plus heureuse et pus harmonieuse, celle où la communication ser facilités et où les liens sociaux seront du même coup moins distendus (Albert et al. 2006. P. 213-214).

**Les quatre sens d’informer selon les époques et les usages :**

Selon les époques et les usages, *informer* envoie donc à quatre sens :

- mettre en forme quelques chose ;

- mettre au courant quelqu’un de quelque chose ;

- rendre compte des faits objectivement ;

- transmettre un message entendu comme une quantité mesurable de non prévisible.

Ce qui de fait n’implique pas les même enjeux puisque :

- mettre en forme ma réalité, c’est interpréter l’information *(ce qui compte c’est donc la manière de le dire ou de le prouver)* ;

- mettre au courant quelqu’un, c’est de se *renseigner (ce qui compte c’est instruire quelqu’un de quelques chose)* ;

- rapporter l’événement, c’est décrire objectivement la réalité *(ce qui compte c’est la vérité de l’information et donc de dire l’exact, en toute transparence)* ;

- transmettre un message, c’est le diffuser *(ce qui compte c’est que le message ait été émis et reçu)*, peu importe s’il est compris.

Le terme réussit à conjurer tout et son contraire. Mais s’il y a une ambigüité, il n’en demeure pas moins que dans tous ses sens, l’information recouvre un contenu cognitif. On peut donner, mettre en forme quelque chose, ou se contenter de décrire la chose, transmettre des informations ; dans tous les cas, informer, c’est toujours dire quelque chose en référence au réel et porter une somme de connaissance sur le phénomène.

Par conséquent, l’information relève d’un contenu sur le réel dont l’objectif est de modifier et d’enrichir la connaissance qu’ont les acteurs sociaux sur le monde, proche ou lointain (Sacriste, 2007, p. 31-32).

**Les caractéristiques de l’information :**

Une information possède un certain nombre de caractéristiques.

 – La forme : l’information peut être écrite, orale, visuelle, olfactive, tactile ou encore gustative. Quelles que soient leurs formes, lorsque les informations sont le résultat d’opérations de traitement à partir d’informations brutes, on parle d’informations structurées (par exemple un bilan comptable) alors qu’on parle d’informations non structurées dès qu’elles sont obtenues seulement à partir des moyens d’expression naturels de l’être humain (par exemple, une simple note manuscrite portée sur un «Post-it »).

 – Le contenu sémantique : une information peut être plus ou moins sélective (apportet-elle beaucoup de connaissances nouvelles?), plus ou moins synthétique (est-elle très agrégée ou non?) ou encore plus ou moins précise (est-elle totalement exhaustive ?)

– Le coût et la valeur: on considère que le coût d’une information correspond à celui de sa manipulation, c’est-à-dire de sa recherche, de sa saisie, de son traitement, de son stockage voire de sa destruction. Il est donc difficile à déterminer précisément mais la valeur d’une information est encore beaucoup plus difficile à définir puisqu’elle peut être assimilée à sa capacité à améliorer la décision du dirigeant et donc à lui éviter de commettre des erreurs. En clair, c’est l’utilité de l’information pour celui qui la reçoit qui détermine sa valeur. En tout état de cause, le coût d’une information n’est justifié que s’il est inférieur à sa valeur.

**Liste des références bibliographiques :**

Albert, P. et al. (2006). Lexique d’information, communication, Paris : Dalloz.

Sacriste, V. (2007). Communication et média : Sociologie de l’espace médiatique, Vanves : Foucher.