

**PETER STOCKINGER**

**SÉMIOTIQUE  
ET GESTION DE L'INFORMATION**

**II**

**LE CONTRAT D'INFORMATION**

**(support de plusieurs cours et séminaires de DEA et DESS)**

**Paris - Lambach  
1994 - 1997**

## Sommaire

1) Introduction .....	3
2) L'Expression "(s) Informer" .....	4
3) Le Contrat d'Information .....	13
3.1) Statut et Rôle du Contrat d'Information dans les Activités de la Gestion de l'Information .....	13
3.2) Premier Exemple (Simple): La Recherche d'Information dans une Bibliothèque .....	18
3.3) Deuxième Exemple: La Production d'un Journal Municipal .....	28
4) la Description des Cycles de Vie d'un Produit/Service d'Informations .....	41
4.1) Remarques Introductives .....	41
4.2) Pôle "besoins en informations" .....	43
4.3) Pôle "demande en services et produits d'informations" .....	47
4.4) Pôle "offre en services et produits d'informations" .....	54
4.5) Pôle "négociation et Spécification du produit/service d'informations" .....	56
4.6) Pôle "contrat d'Information" proprement dit" .....	62
4.7) Pôle "Réalisation du service/du produit selon les règles établies dans le contrat" .....	66
4.8) Pôle "vérification et sanction" .....	71

## **1) Introduction**

**Dans la première partie, nous avons dit qu'un document (générique ou concret, simple ou composé, à support traditionnel ou à support électronique, à usage professionnel ou pour amateur, "sérieux" ou divertissant, ...) est toujours le résultat d'un ensemble de procédés ou stratégies.**

**Etant donné qu'un document est censé répondre à un (ou plusieurs) objectifs d'information, on peut dire que chaque procédé ou stratégie remplit une tâche particulière dans la réalisation d'un tel objectif.**

**La définition et la spécification des activités, de leurs tâches, résultats attendus, ... dans le processus de la réalisation (création, mise à jour, maintenance, ...) d'un document est donc d'une importance centrale .**

**Ce sont ces questions qui concernent plus particulièrement la gestion des informations et des documents (au sens large du terme)**

## **2) L'Expression "(s)' Informer"**

**Nous allons examiner brièvement les définitions données par Le Petit Robert de l'expression "informer qqn" ainsi de quelques expressions qui lui sont sémantiquement proches.**

**Cet examen nous permettra de nous rendre compte de la conception "quotidienne", non-technique du processus de l'information - conception qui est, comme nous le pensons, à la racine même des conceptions les plus élaborées, les plus "professionnalisées" dans l'actuelle industrie de l'information.**

**Notons encore que nous entendons par "processus de l'information" tous types d'activités qui contribuent, grosso modo, à la collecte, production et diffusion de l'information**

**L'examen du lexème verbal "informer qqn" portera sur :**

**les rôles typiques qui participent au processus de l'information, certaines caractéristiques du processus de l'information, le scénario d'action sous-jacent au processus.**

**DEFINITIONS (LE PETIT ROBERT) :**

**Le Petit Robert propose quatre définitions :**

**1ère Définition :**

**"mettre au courant (de qqch)"**

**"faire part (à qqn)"**

**Les expressions sémantiquement proches sont, entre autres, les suivantes :**

***apprendre, avertir, aviser, éclaircir, enseigner, instruire, notifier, prévenir, renseigner.***

**2ème Définition : s'informer (verbe pronominal)**

**"se mettre au courant"**

**Les expressions sémantiquement proches sont, entre autres, les suivantes :**

***se documenter, s'enquérir, enquêter, interroger (sur).***

**DEFINITIONS (LE PETIT ROBERT) :**

**3ème Définition : (usage intransitif)**

**"faire une instruction en matière criminelle"**

**exemple : informer contre X.**

**4ème Définition :**

**"donner une forme, une structure, une signification"**

**exemple : la matière était l'être éternel qui est informé (Diderot).**

---

**Les définitions qui nous intéressent ici en premier lieu, sont les deux premières ainsi que, dans une moindre mesure, la troisième.**

**Les deux premières définitions renvoient au processus de l'information vu sous deux angles différents (cf. ci-après).**

**La troisième définition peut être considérée comme une spécialisation des deux premières définitions dans le domaine du droit.**

**La quatrième définition, plus loin des trois premières, renvoie, cependant à un sens étymologique intéressant qui concerne :**

**la notion de la forme (en opposition de l'in-forme, de ce qui n'a pas - pour l'esprit ou intrinséquement - une forme, qui n'est pas saisissable, qui n'est pas intelligible, que l'esprit ignore, ne reconnaît pas, ...).**

**I) LES ROLES TYPIQUES**  
**IMPLIQUES DANS LE PROCESSUS DE L'INFORMATION**

**1) ACTEUR à qui manque, fait défaut un savoir/savoir-faire pour maîtriser une situation, pour pouvoir jouir d'un certain état, etc.**

**Nous appelons ce rôle DESTINATAIRE du processus de l'information ou encore DESTINATAIRE DE L'INFORMATION.**

**2) ACTEUR qui dispose de ce savoir, savoir-faire (qui est supposé d'en disposer)**

**Nous appelons ce rôle DESTINATEUR du processus de l'information ou encore DESTINATEUR DE L'INFORMATION.**

**3) OBJET lui-même, données ou items, qui manque au savoir, aux connaissances du destinataire**

**Ce rôle est occupé par l'INFORMATION que le processus en question est censé faire passer du destinateur au destinataire.**

**II) CERTAINES CARACTERISTIQUES**  
**CONCERNANT LE PROCESSUS DE L'INFORMATION**

**Les deux premières définitions données ci-dessus montrent que le processus d'information peut être vu :**

**soit du point de vue de l'acteur qui occupe le rôle du destinateur de l'information ;**

**soit du point de vue de l'acteur qui occupe le rôle du destinataire de l'information.**

**Dans le premier cas, on parle du fait que quelqu'un :**

**informe quelqu'un d'autre,  
apprend quelque chose à quelqu'un,  
renseigne quelqu'un de quelque chose,  
instruit quelqu'un,  
avertit quelqu'un de quelque chose, etc.**

**Dans le deuxième cas, on parle du fait que quelqu'un :**

**s'informe,  
apprend quelque chose,  
se renseigne à propos de quelque chose,  
s'instruit de quelque chose,  
s'avertit de quelque chose, etc.**

**Cependant, ce qui est commun aux deux processus, c'est :**

**1) le fait qu'il y ait un acteur :**

**qui ressent un manque (et donc un désir, un intérêt, un besoin, ...) d'information ,**

**et que cet acteur joue le rôle du destinataire dans le processus de l'information ;**

**2) le fait qu'il y ait un acteur :**

**qui puisse (ou qui est supposé pouvoir) satisfaire le manque cité ,**

**et que cet acteur joue le rôle du destinateur dans le processus de l'information ;**

**3) le fait que l'objet du processus d'information est toujours :**

**l'information qui manque à l'acteur jouant le rôle du destinataire ;**

**4) le fait qu'il faille :**

**l'établissement d'un rapport entre les deux acteurs ,**

**afin que l'un puisse jouer le rôle du destinateur et l'autre celui du destinataire,**

**5) le fait que ce rapport :**

**doit être "réglé", soumis à un ensemble de contraintes ou règles de jeu ,**

**qui identifient et qualifient ce rapport comme un rapport servant à réaliser un processus d'information,**

**6) le fait que la "finalité" du processus d'information :**

**soit toujours de satisfaire le besoin, désir, intérêt de l'acteur jouant le rôle du destinataire (i.e. de rétablir son équilibre "cognitif") ;**

**et qu'il y ait donc obligatoirement évaluation et sanction des actes ayant servi à réaliser ce but.**

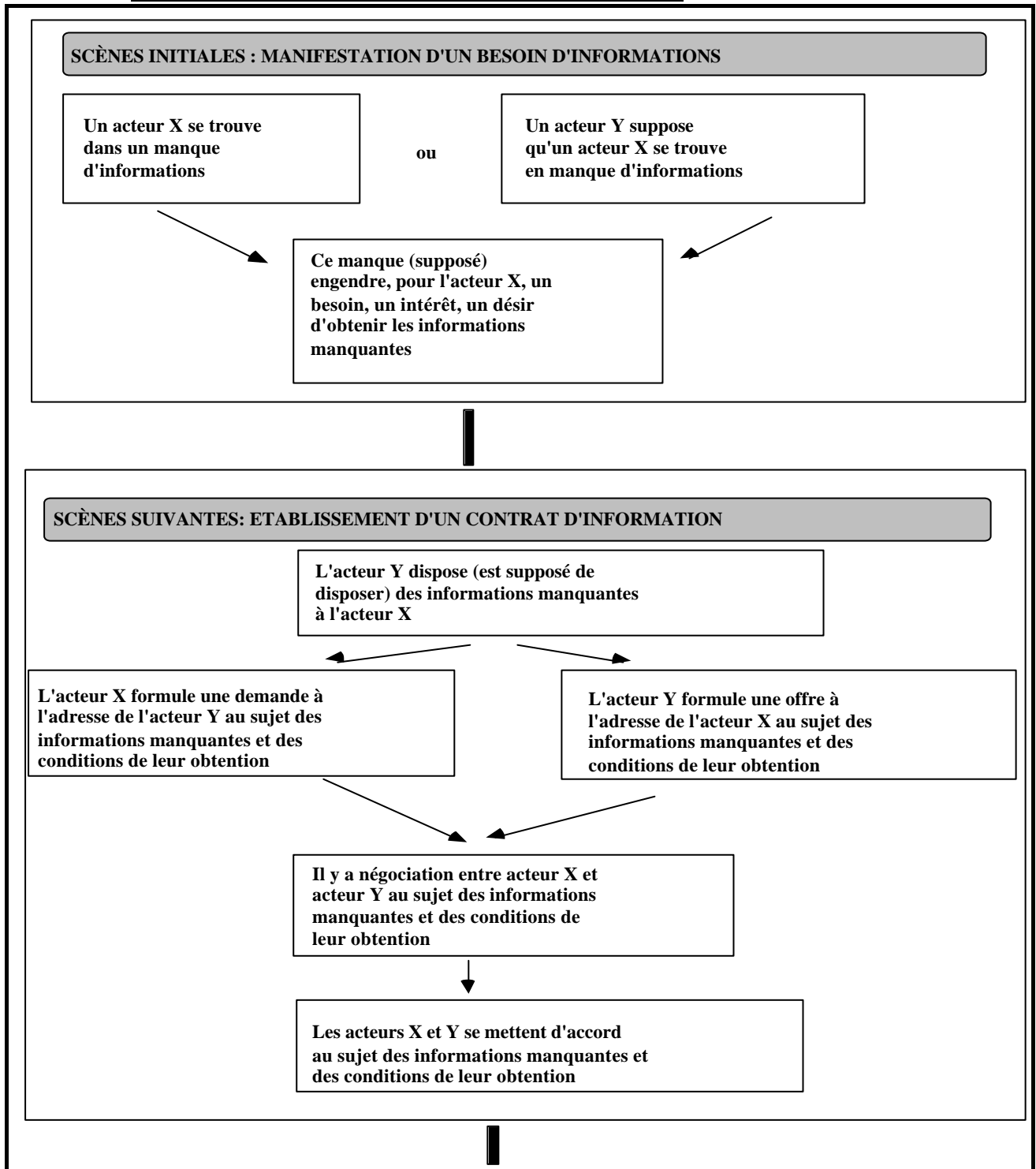
**En tenant compte de ces six aspects ainsi que des deux points de vue complémentaires, on peut construire un scénario permettant :**

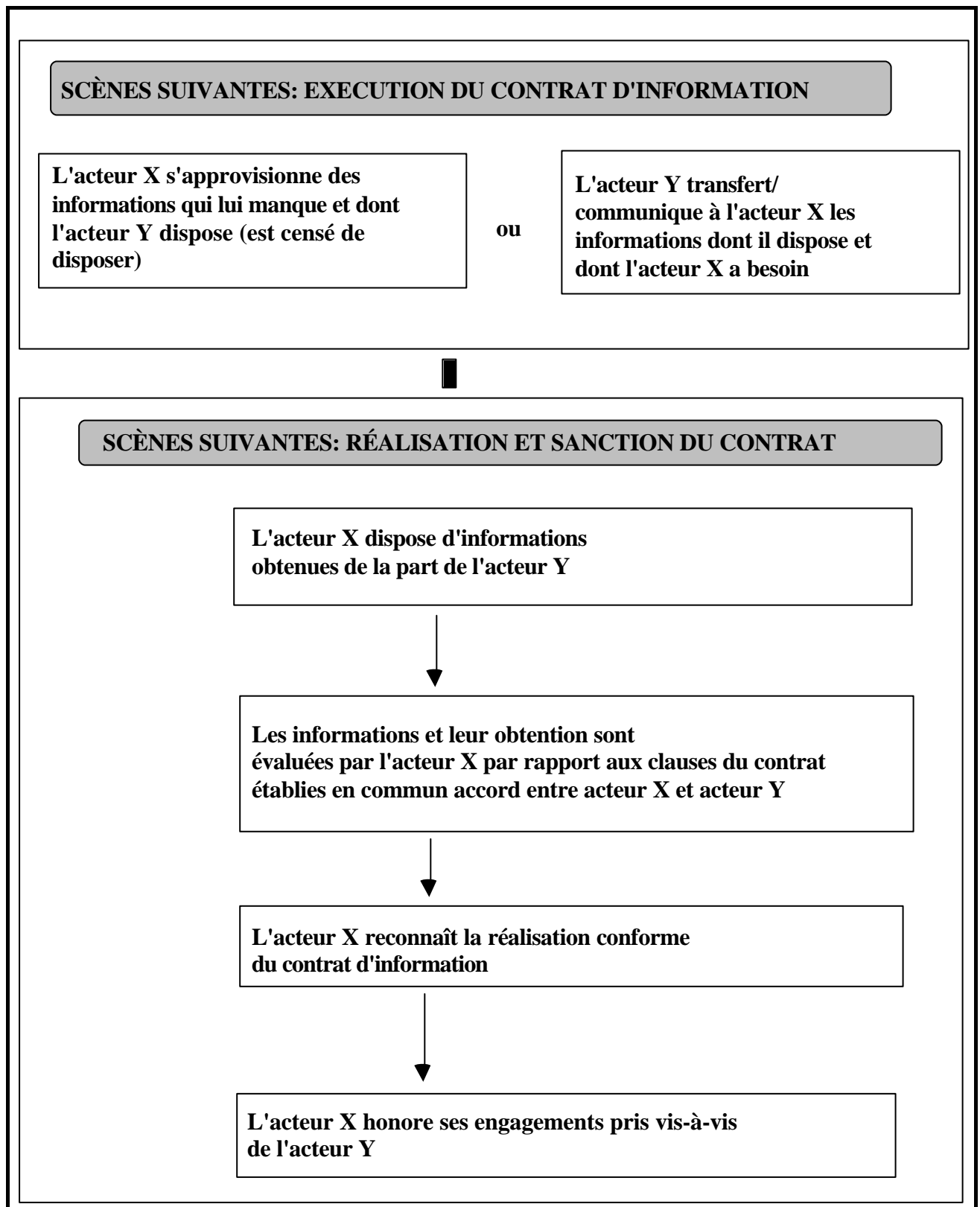
**la compréhension et la description des phases typiques et enjeux principaux du processus de l'information (cf. ci-après).**

**-- Premièrement: les grandes étapes**

**-- Deuxièmement: la spécification**

### III) LE SCENARIO DU PROCESSUS D'INFORMATION





### **3) Le Contrat d'Information**

#### **3.1) Statut et Rôle du Contrat d'Information dans les Activités de la Gestion de l'Information**

**Le scénario d'action permettant de comprendre les phases et enjeux principaux du processus de l'information, nous a déjà permis d'introduire une notion des plus centrales pour la gestion de l'information, à savoir la notion du contrat d'information.**

**Le contrat d'information est à la fois un schéma régulateur et un cadre de description pour les activités principales en gestion de l'information, telles que, par exemple :**

**la collecte de l'information et/ou de documents (i.e. l'approvisionnement en information et en documents) ;**

**la production (la création, la mise-à-jour, la maintenance) d'informations et/ou de documents ;**

**l'édition (i.e. la réalisation sur un support physique) d'informations ;**

**la diffusion de documents et/ou des informations ;**

**l'archivage et le stockage de documents et/ou des informations ;**

**la définition d'une politique de développement en matière d'information, de documentation et de communication ;**

**l'évaluation et le contrôle de la qualité de l'information et de documents.**

**Chacune de ces activités présuppose et est largement motivée par :**

**1) Le fait qu'il y a un besoin (désir, intérêt, ...) d'obtenir des informations**

**\* dans un certain domaine d'expertise**

**\* et en vue de la réalisation d'un ou de plusieurs objectifs d'information,**

**2) Le fait que ce besoin peut être et est exprimé en une ou un ensemble de demandes :**

**\* de services ou de produits d'informations.**

**3) Le fait que ce besoin peut être, en principe, satisfait, c'est-à-dire qu'il y a "quelque part" :**

**\* des sources d'informations qui disposent des informations recherchées**

**et qu'il existe :**

**\* soit des offres de services et de produits d'informations qui répondent à une demande d'information exprimée,**

**\* soit la possibilité de créer, de produire des services ou produits adéquats par rapport à une demande d'information exprimée.**

**4) Le fait que l'obtention proprement dite d'une information sous forme de produits et services spécifiques se réalise :**

**\* selon certaines règles, certaines normes ou lois, voir selon une certaine "déontologie".**

**5) Le fait que l'obtention d'une information sous forme de produits et services adéquats - ou supposés adéquats - se réalise :**

**\* en des activités et tâches (de recherche, de collecte, de production, d'édition, de diffusion, d'archivage, de commercialisation, ...) particulières et appropriées aux objectifs spécifiques définis dans un contrat d'information.**

**6) Le fait que l'obtention d'une information sous toutes ses formes - collecte, recherche, production, édition, diffusion, vente, achat, etc - est toujours soumis à un contrôle suivi, c'est-à-dire :**

**\* à une sorte d'"arbitrage", à une instance qui évalue, juge et rétribue les actes servant à l'obtention d'une information par rapport à ces règles ou normes.**

**Nous allons voir que le contrat d'information constitue un schéma parfaitement adapté à la description des cycles de vie d'un produit et/ou service d'information, c'est-à-dire d'un document plus ou complexe.**

**La prise en compte des cycles de vie d'un document est nécessaire, entre autre, pour les raisons suivantes:**

**Définition d'une méthodologie sous-tendant la création/la mise à jour et la suppression de tel ou tel type de documents ?**

**Identification et description des phases et tâches de la conception (pré-production) de tel ou tel type de documents ?**

**Identification et description des phases et tâches de la production-réalisation proprement dite ?**

**Identification et description des phases et tâches de la post-production (montage, mixage, correction, ...) de tel ou tel type de documents ?**

**Etablissement des standards de qualité qu'il faut respecter lors de la création/de la mise à jour d'un document/d'un corpus de documents ?**

**Mise en place des procédures de la validation à l'aide desquelles on peut tester et "mesurer" l'adéquation du document/du corpus de documents par rapport aux objectifs fixés et aux attentes et besoins de la cible (cf. supra).**

**Spécification des procédures prospectives d'amélioration/d'adaptation de documents existants ?**

**Définition d'une politique de gestion appropriée à la fois aux types et à la quantité de documents existants, aux objectifs d'information et à la cible visée ?**

**Dans le chapitre 5 de cette partie, nous allons voir plus en détail chacun des différents points cités.**

**Mais avant, considérons deux exemples de services/produits d'information qui sont très différents que nous suivrons pendant les étapes les plus typiques de leur "existence".**

### **3.2) Premier Exemple (Simple): La Recherche d'Information dans une Bibliothèque**

#### **1) BESOIN**

**Un acteur a besoin d'un certain type d'informations - il se trouve dans le rôle du destinataire d'un processus d'obtention d'information .**

#### **2) DEMANDE**

**Ce besoin d'information s'exprime en une demande de la part du destinataire :**

**il choisi une bibliothèque comme source d'information supposée adéquate,  
il s'y présente et formule son besoin .**

#### **3) OFFRE**

**En s'adressant à une bibliothèque précise, le destinataire suppose que celle-ci peut satisfaire sa demande, autrement dit : la bibliothèque peut lui faire des offres appropriées :**

**les informations cherchées existent dans le fond documentaire de la bibliothèque ou dans un fond accessible à la bibliothèque ;**

**il existe un catalogue facilitant la recherche de l'information dans le fond documentaire de la bibliothèque ;**

**il existe des outils d'interrogation on-line permettant d'étendre la recherche de l'information à toutes les bibliothèques et centres d'information accessibles par Internet ;**

**il existe des encyclopédies et/ou dictionnaires pour obtenir rapidement des informations synthétiques ;**

**il existe le savoir-faire du/des bibliothécaires dont le destinataire peut se servir ;**

**il existe des facilités de prêt, de consultation sur place, de reproduction des documents intéressants, de télé-chargement de documents se trouvant physiquement ailleurs .**

#### **4) NEGOCIATION**

**Il y a "discussion" entre le le destinataire et le destinateur - la bibliothèque - pouvant porter sur les points suivants :**

**précision concernant la requête ;**

**précision concernant la nature des informations disponibles ;**

**précision concernant les services et produits disponibles ;**

**précision concernant les conditions pour pouvoir jouir d'un service ou d'un produit appartenant au destinateur ;**

**etc .**

## **5) ACCORD (CONTRAT proprement dit)**

**La "discussion" entre le destinataire d'information et le destinataire aboutit (n'aboutit pas) à un accord - à un "contrat" - généralement implicite et plus ou moins présumé dans la "pratique" quotidienne.**

**Ce contrat porte essentiellement sur deux points - sur deux "objets" :**

### **1) Objet "Service" ou "Produit", i.e.**

**la recherche de l'information en utilisant tous les (ou, au contraire, seulement quelques uns des) moyens dont dispose la bibliothèque .**

**2) Objet "Conditions" réglant l'obtention d'un service ou d'un produit:**

**\* obligations encourues par le destinataire (i.e.:**

- paiement du service,
- responsabilité engagée en cas de vol, de dégradation d'un document, ...);

**\* droits dont peut jouir le destinataire (i.e.:**

- garanties concernant la qualité technique et humaine des services offerts ;
- garanties concernant la qualité physique des documents ;
- garanties concernant la qualité "intellectuelle" des documents (engagement de la part du destinataire de posséder les titres les plus représentatifs, les titres les plus actuels, l'ensemble des titres produits par une communauté d'acteurs (par une institution, un collège, une discipline,...) ;
- etc) .

## **6) REALISATION/EXECUTION DU CONTRAT**

**Une fois objets et conditions particulières d'obtention définis, le destinataire peut procéder - en concertation avec le destinataire, i.e. avec la bibliothèque - à la réalisation proprement dite de son besoin d'information qui comprend (entre autres) :**

**La recherche proprement dite de l'information incluant, entre autres :**

- **types de recherche (i.e. recherche thématique, recherche par auteur, recherche par année, ...)** ;
- **techniques de recherche (i.e. recherche dans catalogue classique, recherche dans catalogue informatisé, recherche on-line, recherche assistée par ordinateur, ...)** ;
- **stratégies de recherche (i.e. recherche en une seule fois/en plusieurs fois ; recherche par précision progressive ; recherche "par contexte", ...)** ;
- **couverture, durée, coût, ... de recherche .**

**L'identification des documents recherchés dans le fond documentaire dont dispose la bibliothèque (ou auquel la bibliothèque peut avoir accès) et la mise à disposition des documents au destinataire.**

**La consultation proprement dite des documents incluant (entre autres) :**

- **lieu, période et durée de consultation (sur place, à la maison, de telle à telle date, ...)**
- **formes de consultation (lecture, copie, annotation, ...).**

**L'utilisation d'autres services enrichissant la recherche de l'information (consultation de bulletins spécialisés, ...).**

## 7) EVALUATION ET SANCTION

**Recherche, identification et mise à disposition de documents, consultation et manipulation de documents sont "contrôlés" afin de les tenir conformes à l'accord (implicite ou explicite) qui existe entre le destinataire et le destinateur (la bibliothèque) de la recherche de l'information.**

**La conformité des actes et actions de recherche de l'information dans une bibliothèque peut s'exprimer par différentes formes de rétribution des services et produits utilisés par le destinataire comme, par exemple :**

**rétribution financière (paiement des services, contributions financières diverses, ...),**

**rétribution sous forme de publicité (publicité "de bouche à l'oreille", citations, ...),**

**rétribution sous forme d'usages ré-itérés de services et produits de la bibliothèque (cf. la "fidélisation" d'utilisateurs),**

**etc.**

**La non-conformité des actes et actions de recherche de l'information dans une bibliothèque peut s'exprimer par différentes formes de sanction négative des services et produits utilisés par le destinataire comme, par exemple :**

**publicité négative,**

**refus de paiement,**

**etc.**

**Voici quelques exemples montrant l'intérêt d'une telle description approfondie de recherche d'information dans une bibliothèque :**

**Identification et systématisation des activités et services proposés par une bibliothèque (traditionnelle et/ou électronique) ou, plus généralement, par un centre d'informations.**

**Mise en place de plans de gestion des activités et services proposées par une bibliothèque ou un centre de services.**

**Cadre permettant l'identification et la spécification de nouveaux services et/ou de services "dérivés".**

**Cadre permettant l'identification et la description :**

- du "workflow" ("flux de travail sous forme de tâches et actions) et
- du "groupeware" ("coordination des tâches et actions" en vue de la réalisation de l'objectif propre à une recherche d'information en bibliothèque)

**en vue de la mise en place de services et produits pour une bibliothèque électronique (off- ou on-line) ou encore un centre électronique d'information ("kiosque" électronique, librairie électronique, magasin électronique, ...)**

**Cadre permettant la mise en place de standards de qualité pour l'évaluation et le contrôle des activités d'un service bibliothécaire.**

**Cadre permettant de formaliser (d'une manière proprement juridique et/ou quasi-juridique) les rapports bibliothèque - clients.**

### 3.3) Deuxième Exemple: La Production d'un Journal Municipal

#### 1) BESOIN

Dans une commune donnée, nous constatons qu'il existe :

un certain manque ressenti par la population concernant les informations touchant à la vie de la commune (activités dans les quartiers, fêtes, anniversaires, événements particuliers, ...), aux services municipaux et/ou publics, à la mairie et à son travail ;

un intérêt de la part du maire et de ses conseillers de valoriser et de rendre public la politique poursuivie, les différentes décisions touchant à la vie des citoyens de la commune et les efforts entrepris pour rendre plus agréable, plus facile la vie de tous les jours aux citoyens.

Note :

Ce manque peut être décrit, par exemple, par une étude des besoins - étude accompagnée ou complétée par une étude de marché essayant de déterminer/de "chiffrer" l'importance d'un besoin.

## **2) DEMANDE**

**Les besoins constatés, i.e. identifiés et décrits dans les rapports constituant une étude de besoin et du marché, se "traduisent" en des demandes de services et/ou produits particuliers .**

### **Services et/ou Produits :**

**Création d'un Centre d'Informations à la mairie,**

**Création de brochures, dépliants, mémentos, ... pouvant être distribuées dans les lieux publics de la commune ou directement à chaque ménage de la commune,**

**Création d'un radio local avec des émissions spéciales thématissant la vie dans la commune et les activités de la mairie,**

**Création de bornes interactives pour la consultation d'informations pratiques (plan routier de la commune, adresses utiles, publicité, ...),**

**Création de clubs de rencontres et d'activités communales permettant de créer une cohésion plus forte entre différentes couches de la population partageant, par exemple, les mêmes intérêts, convictions, etc.**

**Création de cycles de manifestations (i.e. d'"événements") particulières: journées "porte ouverte" organisées par la mairie, compétitions sportives, organisation de voyages, ...**

**Création d'un journal municipal**

**etc**

## **Spécification du Journal Municipal**

### **Organisation du Contenu :**

- 1) plusieurs rubriques dont chacune est consacrée à un certain type d'informations touchant à la vie de la commune (informations politiques, informations sportives, informations "pratiques", informations culturelles, ...),**
- 2) espace réservé à la publicité locale,**
- 3) espace réservé à la libre expression des lecteurs ("boîtes à lettre", "forum de discussion" à propos d'un sujet particulier, ...),**
- 4) espace réservé au "discours" du maire (en général : la première ou la quatrième page de couverture),**

**5) genres journalistiques à privilégier : petites news, reportages, interviews, ...,**

- **Médias Utilisés : texte avec polices de caractère bichromes, dessins, graphiques, photos en noir et blanc, une ou deux photos en couleurs, ...,**
- **Composition d'une Page : répartition infos textuelles/infos non-textuelles, organisation de paragraphes, marges, ...,**
- **Chemin de Fer : organisation standard d'un numéro,**
- **Support et technologie de fabrication : support papier et technologie informatisée,**
- **Coût Global: pour le personnel, pour la production, pour la diffusion, ... et retour sur investissement,**
- **etc.**

### 3) OFFRE

**Pour la réalisation d'un journal municipal, il existe un ensemble d'offres en services et/ou produits, comme par exemple :**

**Service "Sources d'Information" (i.e. personnes et/ou organismes pouvant fournir des informations nécessaires à la réalisation du journal),**

**Service "Concepteur-Auteur" (i.e. personnes et/ou organismes spécialisés dans la recherche, la sélection, l'organisation et le développement des informations suivant tel ou tel genre favorisé),**

**Service "Rédaction" (i.e. personnes et/ou organismes spécialisés dans la correction, la composition et le montage des articles constituant un numéro),**

**Service "Edition-Impression" (i.e. personnes et/ou organismes chargés de réaliser à l'aide d'une technologie choisie sur support papier, en une seule ou plusieurs éditions, un numéro du journal municipal),**

**Service "Diffusion" (i.e. personnes et/ou organismes chargés de la distribution d'un numéro du journal municipal),**

**Service "Relations Publiques et Marketing" (i.e. personnes et/ou organismes chargés de faire reconnaître le journal municipal par l'opinion de la commune et d'attirer des investissements dans le journal sous forme de publicité, dons, parrainages, etc),**

**Service "Etudes et Évaluation" (i.e. personnes et/ou organismes chargés d'analyser contenu, présentation et organisation d'un journal municipal par rapport aux attentes et besoins des lecteurs, à d'autres journaux municipaux existants, au marché , etc).**

#### **4) NEGOCIATION**

**Sous le terme "négociation" on inclut, entre autres :**

- **les appels d'offre lancés par une mairie pour la fabrication d'un journal municipal,**
- **mais aussi toutes les tractations plus ou moins informelles entre personnes en vue de créer une "structure" adéquate pour la réalisation d'une telle publication.**

**Le propre et l'important d'une négociation est donc de trouver une adéquation entre la demande formulée par la mairie et les offres qui existent.**

**Une telle adéquation entre demande et offre doit aboutir à :**

**la précision de l'objet de l'accord qui doit intervenir entre la mairie et la/les personnes et/ou le ou les organismes participant à la production du journal municipal.**

## **5) ACCORD (CONTRAT proprement dit)**

**La négociation entre la mairie et les différents acteurs offrant leurs services et produits aboutit (n'aboutit pas) à un accord - à un "contrat" de production d'un journal municipal.**

**Ce contrat porte, comme on le sait déjà, essentiellement sur deux points - sur deux "objets" :**

### **1) Objet "Service" ou "Produit", i.e.**

- **la production d'un journal municipal pour la mairie de la commune incluant, par exemple :**
  - 
  - **la constitution d'une équipe de rédaction,**
  - **la conception,**
  - **la rédaction,**
  - **l'édition et**
  - **la diffusion de chaque numéro,**
  - **l'évaluation du journal en ce qui concerne son adéquation par**
  - **rapport aux attentes et besoins de ses lecteurs (réels ou potentiels)**
  - **ou encore le contrôle comptable ;**

**\* la contribution (financière, ...) de la mairie à la production du journal.**

**2) Objet "Conditions" réglant les attentes, droits et obligations de chaque partie engagée dans la production du journal municipal pour la mairie ainsi que ceux de la mairie elle-même comme, par exemple, droits et obligations concernant :**

- **la qualité du journal,**
- **sa production et sa diffusion dans les temps,**
- **l'amortissement de l'investissement,**
- **la publicité dans le journal,**
- **etc.**

## **6) REALISATION/EXECUTION DU CONTRAT**

**Une fois objet et conditions particulières de la production du journal municipal définis, la mairie - peut procéder avec l'aide des différents acteurs compétents (journalistes, pigistes, secrétaire de rédaction, infographistes et/ou techniciens d'édition et d'impression, distributeurs, ...; sémioticiens, ...) à la réalisation du journal.**

**La mairie est le destinateur du journal municipal ; le destinataire est le public visé (les habitants d'une commune). Les différents acteurs compétents agissant au nom de la mairie constituent les adjuvants du destinateur.**

**La production proprement dite d'un numéro du journal municipal se différencie en un ensemble de procédures et tâches spécifiques :**

**La collecte et la sélection des informations,**

**La collecte des publicités,**

**La rédaction des articles,**

**La composition et le montage de chaque numéro,**

**L'édition du numéro (photo-reproduction, impression),**

**La diffusion de chaque édition.**

**L'analyse et l'évaluation d'un journal municipal, elle aussi, se différencie en des procédures et tâches spécifiques comme, par exemple :**

- **La collecte et la spécification des objectifs auxquels l'analyse/l'évaluation doit répondre.**
- **La constitution d'un corpus de documents représentatifs.**
- **La réalisation et la validation de questionnaires.**
- **La réalisation de sondages, interviews, réunions qualitatives, etc.**
- **La réalisation de l'analyse du corpus de documents (numéros du journal municipal, exemplaires d'autres journaux municipaux, autres documents, ...).**
- **La confection d'un rapport de synthèse intégrant les résultats de l'analyse du corpus et ceux des sondages, interviews et autres réunions qualitatives.**
- **La planification et la réalisation d'une ou de plusieurs réunions avec la mairie.**
- **La mise en place de procédures permettant d'intégrer les résultats de l'analyse dans les procédures de la production du journal municipal.**
- **etc.**

## **7) EVALUATION ET SANCTION**

**Conception, composition et montage, édition et diffusion d'un numéro du journal municipal ainsi que son analyse par rapport aux besoins et attentes du public, et par rapport au marché existant, sont soumis à des "contrôles" qui servent à rendre compte de la conformité (non-conformité) entre l'objet défini dans l'accord et les actes servant à la réalisation de cet objet.**

**Le constat de la conformité (non-conformité) a comme conséquence des sanctions positives (négatives) à l'égard de la partie qui est soumise à un contrôle.**

**Les sanctions peuvent avoir :**

- **un caractère parfaitement juridique et être définies dans le code du droit concerné ;**
- **les sanctions peuvent également être de nature économique, sociale, voir plus ou moins informelle.**

**Voici quelques exemples montrant l'intérêt d'une telle description approfondie de la production d'un journal municipal:**

**Identification et systématisation des tâches et activités qui constituent la production d'un journal municipal à partir de la phase de la demande/de l'offre jusqu'à celle du suivi, du contrôle de la production proprement dite, de la réalisation et de la diffusion.**

**Mise en place de plans détaillés de conduite et de gestion des activités nécessaire à la production d'un journal municipal.**

**Cadre qui est facilement adaptable à la description et systématisation des tâches et activités dans la production d'autres types spécifiques de produits relevant des médias (de masse):**

\* **presse écrite (ex.: journal associatif, journal d'entreprise, journal thématiquement spécialisé, ...),**

\* **presse audio-visuelle (ex.: radio locale et/ou régionale; radio associative; chaîne télé privée thématiquement spécialisée, ...),**

\* **presse électronique (ex.: "cyber-presse", journal électronique, ...),**

\* **édition écrite, audio-visuelle et électronique (ex.: collection de titres, ...)**

**Cadre permettant l'identification et la description :**

\* du "workflow" ("flux de travail sous forme de tâches et actions) et

\* du "groupeware" ("coordination des tâches et actions")

en vue de la création -

\* de méthodologies et

\* d'environnements de travail ( de logiciels tels que Lotus™)

pour la production collective et à distance de titres relevant de la presse électronique et/ou à support traditionnel.

**Cadre permettant la mise en place de standards de qualité pour l'évaluation et le contrôle des activités constituant la production d'un journal municipal (ou d'autres types de documents relevant de la presse et des éditions à support traditionnel et/ou électronique).**

#### **4) la Description des Cycles de Vie d'un Produit/Service d'Informations**

##### **4.1) Remarques Introductives**

**En se référant au scénario d'action et au contrat d'information, on peut procéder à une description systématique et fonctionnelle :**

**les cycles de vie d'un produit/d'un service ou encore d'un ensemble de produits/services d'information.**

**Une telle description est nécessaire à l'identification et à la planification de toutes les activités devant concourir à la production d'un produit ou d'un service d'information, i.e. :**

- à son adaptation et à sa spécification aux besoins existants,
- aux conditions de sa réalisation,
- à la réalisation proprement dite,
- à sa diffusion,
- à son archivage et stockage,
- à sa maintenance,
- à son évaluation,
- à sa destruction
- ainsi qu'à la mise en place d'une politique d'investissement et de financement.

**Autrement dit, la description des cycles de vie d'un produit/d'un service ou encore d'un ensemble de produits/services d'information est indispensable pour la bonne gestion d'un projet dans le domaine de l'information, de la communication ou encore de la documentation.**

**I)  
Pôle "BESOINS EN INFORMATIONS"**

**II)  
Pôle "DEMANDE EN SERVICES ET PRODUITS D'INFORMATIONS"**

**III)  
Pôle "OFFRE EN SERVICES ET PRODUITS D'INFORMATIONS"**

**IV)  
Pôle "NEGOCIATION ET/OU SPECIFICATION DU PRODUIT/SERVICE  
D'INFORMATIONS"**

**V)  
Pôle "CONTRAT D'INFORMATION" PROPREMENT DIT"**

**VI)  
Pôle "REALISATION DU SERVICE/DU PRODUIT SELON LES REGLES  
ETABLIES DANS LE CONTRAT OU ENCORE"**

**VII)  
Pôle "VERIFICATION ET SANCTION"**

#### 4.2) Pôle "besoins en informations"

##### **PHASE "MANQUE D'INFORMATION"**

**Il existe un manque (besoin, désir, ...) d'information :**

**concernant une information proprement dite ou son interprétation par une topique choisie (= facette thématique);**

**concernant la mise en scène d'une information, son accessibilité, son traitement (= facette discursive);**

**concernant la textualisation d'une information, les codes et médias d'expression choisis, concernant l'organisation formelle et physique ou encore concernant le support du document véhiculant l'information (=facette textuelle);**

**[concernant la conservation (archivage, ...) et le "transport" (la communication, la diffusion, ...) d'une information (= facette cycle de vie et transport)]**

**Ce pôle réunit une analyse des besoins en terme notamment :**

- **d'informations (i.e. de types d'informations) qui manquent, qui ne sont pas accessibles, qui sont incompréhensibles, etc.**
- **l'importance et l'évolution probables du/des manque(s)**
- **les objectifs et buts associés au manque d'information exprimé (i.e. objectifs professionnels, objectif "détente", objectif "apprentissage", objectif "commerce", ...)**

**L'analyse des besoins doit prendre en considération, entre autre :**

- **le ou les catégories sociales dans lesquelles le besoin émerge/est supposé d'émerger (profession, âge, sexe, niveau d'éducation, ...)**
- **l'importance du ou des groupes concernés (nombre approximatif de la population concernée, nombre approximatif du "noyau représentatif", ...)**
- **les habitudes en terme d'utilisation de produits/services d'information**

**L'analyse des besoins s'appuie sur :**

- **des études de "terrain" (interviews, réunions de groupes, sondages, ...),**
- **une veille d'informations (études déjà entreprises, documents de référence, ...)**
- **la consultation de centres et instituts d'information et de documentation spécialisés (exemple: INSEE, SID, SJTI, Documentation Française, ...)**

**La définition, la mise en place et la gestion d'une analyse de besoins doit prendre en considération, entre autre :**

- le contexte particulier dans lequel l'analyse doit être faite (i.e. nature de l'information, contexte social, culturel, institutionnel, ...),
- les activités particulières à réaliser (i.e. "brainstorming", élaboration de questionnaires, sondages, interviews, veille d'information, confection d'un rapport de synthèse, réunions internes, réunions avec commanditaire, ...),
- les intervenants (tâches, résultats attendus, période et durée d'intervention, paiement),
- la durée globale et la date de l'analyse ainsi que la répartition des différentes activités dans le temps,
- les standards de qualité et les critères de validation auxquels l'analyse des besoins doit satisfaire,
- l'exploitation de l'analyse des besoins.

#### 4.3) Pôle "demande en services et produits d'informations"

##### À PHASE "DEMANDE/NEGOCIATION"

**Le manque crée une demande d'information (qui peut prendre la forme d'un appel d'offre) portant sur l'un des quatre facettes déjà citées dans la phase "Manque d'Information", i.e".**

**facette thématique;**

**facette discursive;**

**facette textuelle;**

**[facette cycle de vie et transport d'un document]**

**La demande/l'appel d'offre peut être suivi par une phase de négociation qui, si elle est couronnée de succès, doit aboutir à l'établissement du contrat.**

**Analyse des besoins et analyse des demandes sont parfois considérées comme pratiquement similaires.**

**La différence la plus notable entre ces deux analyses concernent le degré de la spécificité dans l'identification des besoins d'information en terme de produits ou encore de services d'information:**

- une analyse des besoins, stricto sensu, détermine surtout type et nature du manque en information ainsi que le contexte socio-culturel et économique dans lequel ce manque se manifeste,
- une analyse de la demande, stricto sensu, s'appuie sur les résultats de l'analyse des besoins et, partant, détermine le ou les produits ou services d'information qui semblent être les plus appropriés pour satisfaire à ce manque.

**D'une manière schématique et un peu simplifiée, on peut dire :**

- étant donné tel type de manque d'information, tel type d'objectif à satisfaire, telle(s) catégories socio-professionnelles, tel milieu culturel et telle facilité économique,
- tel(s) service(s) ou tel(s) produit(s) semble(nt) être le (les) plus approprié(s) à développer, à mettre à la disposition d'un destinataire, à maintenir, à diffuser, etc.

**Bien sûr, une fois le (les) produit(s) ou service(s) identifié(s), l'analyse de la demande peut aller plus loin et prendre en considération la structure, l'organisation du produit/du service lui-même.**

---

**Exemple :**

**Une fois déterminé le fait que le journal (d'entreprise, municipal, régional, ...) soit le produit le plus approprié de diffusion d'un certain type d'informations, l'analyse de la demande peut aller plus loin en proposant, par exemple :**

**des spécifications concernant -**

\* le contenu, les genres journalistiques utilisés, les interventions possibles du destinataire (sous forme de "boîtes à lettre", ...);

\* la maquette (mise en page et chemin de fer) et la présentation du journal;

\* l'organisation de la première, deuxième, troisième et quatrième de la couverture;

\* etc.

**des précisions concernant -**

\* l'animation de la publication (structure rédactionnelle, édition, impression, ...),

\* la gestion d'un réseau de sources d'information,

\* le planning de la réalisation d'un numéro du journal,

\* la diffusion d'un numéro du journal,

\* le financement du journal

\* etc

---

**L'analyse de la demande procède donc, typiquement en deux, voir plusieurs phases où chaque nouvelle phase introduit des spécifications de la demande.**

**Dans l'exemple donné ci-dessus, on distingue :**

- **une première phase de l'analyse de la demande qui concerne l'identification du document "journal" comme le produit le plus approprié par rapport à un besoin exprimé,**
- **une deuxième phase de l'analyse de la demande qui concerne l'identification de la structure interne de ce produit ainsi que de l'organisation des activités les plus importantes concernant la réalisation et la diffusion du produit.**

**L'analyse de la demande s'appuie, comme l'analyse des besoins en information, sur :**

**des études de "terrain" (interviews, réunions de groupes, sondages, ...),**

**une veille d'informations (des études déjà existantes, des documents de référence pour la réalisation et la gestion de tel ou tel type de produits/de services, ...)**

**la consultation de centres et instituts d'information, de communication et de conseil spécialisés (exemple: , ...)**

**D'une manière similaire à la conduite d'une analyse de besoins, définition, mise en place et gestion d'une analyse de la demande doivent prendre en considération, entre autre :**

**les résultats de l'analyse des besoins (type d'informations, importance du manque, objectifs visés, catégories socio-professionnelles, habitudes d'utilisation de produits d'information, ...),**

**les activités particulières à réaliser (i.e.**

- \* identification du/des produit(s)/service(s) d'information,**
- \* spécification de la structure interne de chaque produit/service,**
- \* spécification de plans de gestion et de conduite pour la réalisation, diffusion, maintenance, ... du produit/service d'information,**
- \* élaboration de grilles d'interviews,**
- \* définition de la conduite des interviews,**
- \* veille d'information,**
- \* confection d'un rapport de synthèse,**
- \* réunions internes,**
- \* réunions avec le commanditaire, ...),**

**les intervenants (tâches, résultats attendus, période et durée d'intervention, paiement),**

**la durée globale et la date de l'analyse ainsi que la répartition des différentes activités dans le temps,**

**les standards de qualité et les critères de validation auxquels l'analyse de la demande doit satisfaire,**

**l'exploitation de l'analyse de la demande.**

**Le document détaillant la demande en service(s) et produit(s) d'information est souvent appelé:**

**synopsis (terme qui est en usage surtout dans la presse écrite et audio-visuelle).**

**Le terme "scénario" est utilisé à peu près dans le même sens dans les médias audi-visuels (télévision, radiophonie, cinéma).**

#### 4.4) Pôle "offre en services et produits d'informations"

**Une fois les analyses des besoins et de la demande (conduites ensemble ou successivement) terminées, une analyse de l'offre doit être entreprise afin de pouvoir déterminer dans quelle mesure :**

- **la demande exprimée peut être satisfaite et**
- **sous quelles conditions elle peut être satisfaite.**

**L'offre à analyser est constituée, globalement parlant, par :**

- **de produits déjà existants pouvant constituer des sortes de standards ou modèles de référence à l'aide desquels le nouveau produit peut être réalisé, diffusé ou encore maintenu**
- **de services en terme de compétences spécifiques et d'infrastructures dont on a besoin pour la réalisation, diffusion ou encore la maintenance du nouveau produit.**

**L'analyse de l'offre doit aboutir à :**

- **une évaluation argumentée et aussi précise que possible de l'adéquation offre - demande (évaluation nécessaire pour déterminer, entre autre, la nouveauté du produit d'information et sa faisabilité technique);**
- **une évaluation global des coûts de réalisation, diffusion, maintenance, ... du produit d'information.**

**Les analyses des besoins, de la demande et de l'offre constituent ce qu'on appelle traditionnellement une étude du marché (de produits/services d'information)**

**Définition, mise en place et gestion d'une analyse de la demande doivent prendre en considération, entre autre:**

**les résultats des analyses des besoins et de la demande (analyses pouvant être menées ensemble ou séparément): nature et type de besoins, catégories socio-professionnelles concernées, produits et/ou services visés, ...**

**les activités et tâches qui constituent une analyse de l'offre (exemple:**

- \* veille d'information,**
- \* consultation d'organismes spécialisés,**
- \* étude de l'adéquation offre - demande,**
- \* vérification des résultats,**
- \* confection d'un rapport de synthèse,**
- \* réunions, ...),**

**les intervenants (tâches, date et période d'intervention, résultats attendus, paiements, ...)**

**la durée globale et la date de l'analyse ainsi que la répartition des différentes activités dans le temps,**

**les standards de qualité et les critères de validation auxquels l'analyse de l'offre doit satisfaire,**

**l'exploitation de l'analyse de l'offre.**

#### **4.5) Pôle "négociation et Spécification du produit/service d'informations"**

**Une fois les besoins, la demande, l'offre ainsi que l'adéquation demande - offre déterminée, peut commencer la phase de la négociation et de la spécification proprement dite du produit/service d'information à réaliser.**

**La négociation et la spécification du produit/service visé sont des procédures d'analyse particulières dont les résultats concernent :**

- **l'identification et la description des modifications de la demande à la lumière de l'offre,**
- **l'identification et la description des modifications de l'offre à la lumière de la demande.**

**Les modifications de la demande concernent, par exemple :**

- **la structure interne du produit d'information (contenu, maquette et présentation, support, ...),**
- **les conditions de la réalisation, diffusion et maintenance du produit,**
- **les ressources humaines et technologiques nécessaires,**
- **les coûts,**
- **etc**

Les **modifications de l'offre** peuvent concernées, par exemple :

- les **coûts** d'utilisation/d'exploitation d'un service,
- la création de "**packages**" de plusieurs services,
- la mise en place de **conditions particulières** ("personnalisées") d'utilisation de services,
- etc.

Le terme "**négociation**" renvoie plutôt au fait :

- qu'il peut y être **discussion**, débat entre le destinataire et le destinataire à propos de la demande et de l'offre.

Le terme "**spécification**", par contre, renvoie surtout au fait :

- qu'une telle discussion à comme objet les **modifications éventuelles** de la demande exprimée et de l'offre correspondante.

La négociation et la spécification se basent sur :

- des résultats des analyses des besoins, de la demande et de l'offre
- un ensemble d'activités (entretiens, modifications du cadre du produit/service défini dans la demande; modifications des offres; constitution d'un rapport final, ...);
- des **intervenants**
- une **durée globale**
- des standards de **qualité** et des critères de **validation**
- une **exploitation** du cadre de la négociation/spécification.

**Le rapport de synthèse est :**

**le cahier de spécification (technique, de gestion, de ressources humaines, ...) - cahier auquel on se réfère lors de la réalisation d'un processus d'information.**

**C'est dans ce sens qu'on parle souvent du contenu d'un cahier de spécification comme d'une norme au sens technique (et pas au sens contractuel, cf. infra).**

**Une norme au sens technique :**

- **non seulement constitue une définition-description d'un processus d'information et des différentes tâches qui y sont associées;**
- **mais aussi détermine de facto le standard de qualité permettant de vérifier la réalisation conforme d'un processus d'information donné.**

**Comme on sait, un processus d'information peut être constituée par une des activités canoniques déjà citées plusieurs fois, c'est-à-dire:**

- **la collecte de l'information,**
- **la sélection de l'information,**
- **la production de l'information**
- **l'édition de l'information,**
- **l'archivage de l'information,**
- **la diffusion de l'information**
- **etc**

**Mais, un processus peut être également constitué par plusieurs de ces activités qui sont coordonnées et, en règle général, institutionnalisées comme c'est le cas, par exemple, pour :**

- **l'animation d'un journal municipal,**
- **la gestion d'une collection d'ouvrages chez un éditeur,**
- **la rédaction des nouvelles quotidiennes dans une chaîne de télévision,**
- **la coordination de la communication externe d'une entreprise**
- **etc.**

**Peu importe la complexité du processus d'information en cause, un cahier de spécification procède, en général, par une description structurale et fonctionnelle de celui-ci.**

Par **description structurale**, on entend :

- l'identification des **différents composants** d'un processus d'information
- ainsi que des **rapports** qu'ils entretiennent les uns par rapport aux autres.

Parmi les composants les plus récurrents constituant un processus d'information, on compte :

- **actions** et **tâches** qui le constituent,
- **personnes** et **compétences** requises,
- **outils, moyens, infrastructure technique, ...** nécessaire pour la réalisation d'une action/d'une tâche,
- **règles** et **contraintes** à respecter,
- **répartition spatio-temporelle** des actions et tâches,
- **documentation** technique, normative et/ou contractuelle,
- **exemples, cas typiques** illustrant une action/une tâche.

**La description fonctionnelle privilégie le 'flux' de travail entre les différentes actions et tâches afin déterminer la bonne réalisation d'un processus d'information.**

**Elle procède sur la base de la description structurale en tenant compte, par exemple:**

- **des actions et tâches dont les résultats constituent l'input pour d'autres actions/tâches;**
- **des actions et tâches qui contrôlent le bon fonctionnement d'autres actions et tâches**
- **des procédures de correction au cas d'un dysfonctionnement**
- **etc.**

#### 4.6) Pôle "contrat d'Information" proprement dit"

##### **Ã PHASE "ETABLISSEMENT DU CONTRAT D'INFORMATION"**

**La demande/la négociation aboutit à un accord s'exprimant par un contrat dont l'objet porte sur une ou plusieurs des facettes déjà connues :**

**facette thématique;**

**facette discursive;**

**facette textuelle;**

**[facette cycle de vie et transport d'un document].**

**L'objet du contrat définit donc l'objectif d'information (de communication, ...) qu'il faut réaliser ou atteindre si le contrat peut être considéré comme rempli.**

**Parfaitement comparable au contrat en droit, l'objectif d'information permet de préciser les attentes, obligations et droits ainsi que les sanctions liés à la réalisation du contrat d'information .**

**Le contrat d'information proprement dite est un accord :**

**soit tacite et présupposé, soit expressément établi entre le destinataire et le destinataire d'information,**

**soit écrit soit simplement oral.**

**Il faut noter que n'importe quel processus d'acquisition, de production ou de communication d'information est "réglé", soumis à un ensemble de contraintes dont la fonction :**

**n'est pas seulement de maintenir et de contrôler la coordination des différentes tâches lors de la réalisation d'un de ces processus**

**mais aussi de préserver les attentes, droits et obligations de chacune des parties engagées dans un de ces processus d'information.**

**D'une manière apodictique, on peut dire qu'il n'y a pas réalisation d'un processus quelconque et encore moins coordination entre différents acteurs en vue de la réalisation d'un processus sans règles ou contraintes.**

**Une règle ou une contrainte est constituée par deux facettes complémentaires :**

- **une première facette qui est de nature définitionnelle ou descriptive (i.e. dans une règle est décrit l'objet ou le processus sur lequel elle porte),**
- **une deuxième facette qui est de nature normative (i.e. dans une règle est stipulé le "coût" que quelqu'un doit payer s'il n'assume pas la règle et le "gain" qu'il peut en tirer si, au contraire, il l'assume).**

**L'accord est l'acte dont le résultat est que deux ou plusieurs parties consentent - par écrit, oralement, par un geste spécifique, tacitement, ... - de suivre une ou plusieurs règles établies préalablement lors de la réalisation d'un processus.**

**Appliqué au contexte des différents processus d'information, cela signifie que l'accord constitue un "document" dans lequel est défini et décrit:**

- **l'objet (les processus d'information, les tâches spécifiques à réaliser, le personnel, ...) sur lequel l'accord porte,**
- **les conséquences - positives ou négatives - dont une partie peut s'attendre si elle remplit/ne remplit pas son rôle tel qu'il est défini dans l'objet de l'accord.**

**L'objet tel qu'il est défini dans l'accord est identique à celui qui constitue le cahier de spécification et de charge issu de la phase de la négociation et spécification.**

**Par contre, contrairement à la spécification de contraintes ou normes techniques (développées dans le cahier de spécification et de charge), le "document" issu d'un accord développe plus particulièrement :**

- **les obligations et droits des différentes parties impliquées dans un processus d'information,**
- **les récompenses et sanctions éventuelles que le non-respect de l'accord, les différents vices, erreurs ou oublis peuvent entraîner.**

**Il s'agit donc bel et bien d'un document contractuel qui sert**

- **comme preuve en cas de litige entre les différentes parties impliquées dans un processus d'information.**

#### 4.7) Pôle "Réalisation du service/du produit selon les règles établies dans le contrat

##### **PHASE "REALISATION DU CONTRAT D'INFORMATION"**

**Pour atteindre l'objectif défini dans le contrat d'information, pour pouvoir la réaliser, le destinataire (l'"emetteur") a à sa disposition un ensemble de stratégies, de procédés - de scripts - concernant :**

**la facette thématique : sélection et catégorisation des informations pertinentes (c'est la tâche des scripts thématiques);**

**la facette discursive : mise en scène des informations sélectionnées, spécification des conditions d'accès et du traitement des informations (c'est la tâche des scripts discursifs) ;**

**la facette textuelle : textualisation des informations sélectionnées et mises en scène (c'est la tâche des scripts textuels).**

**[la facette cycle de vie et transport : dépôt, stockage, archivage, ... communication, diffusion, vente, ...]**

**C'est cette phase qui est prise en charge par et progressivement développée à l'aide du scénario sémiotique.**

**La phase de la réalisation du contrat se différencie en deux sous-phases plus spécifiques :**

**la phase de la planification thématique, discursive et textuelle (i.e. sélection de scripts appropriés à l'objectif d'information);**

**la phase de la réalisation proprement dite, i.e. de la construction progressive du document.**

**Sous cette étiquette, on réunit toutes les analyses, descriptions et documents qui tiennent compte de la réalisation de tel ou tel processus d'information.**

**La réalisation d'un processus d'information prend le plus souvent la forme :**

- **soit de la production d'un service/d'un produit d'information pour un destinataire ;**
- **soit l'acquisition d'un produit/d'un service par le destinataire lui-même.**

**Le cahier de spécification et le document contractuel définissent un processus d'information ainsi que les différentes récompenses et sanctions qui y sont associées.**

**Par contre, les documents décrivant la réalisation d'un processus d'information en tiennent compte "dans sa réalité".**

**La comparaison entre ce qui est stipulé dans un cahier de spécification et ce qui est décrit dans les documents témoignant de la réalisation d'un processus d'information, permet de rendre compte avec une grande précision de la conformité/non-conformité entre les engagements contractuels et les réalisations de ces engagements.**

**L'analyse et la description de la réalisation d'un processus d'information doit se faire en rapport à sa définition-description dans le cahier de spécification.**

**Habituellement, l'analyse d'un processus d'information - simple ou complexe, institutionnalisé ou non - se fait à l'aide :**

- de grilles conceptuelles ou encore
- de schémas de description

**- grilles ou schémas qui sont pré-établis conformément aux précisions (techniques, de la gestion de ressources humaines, ...) données dans le cahier de spécification.**

**Selon la complexité du processus, selon le degré de standardisation et aussi selon l'importance du processus d'information, la réalisation, par exemple:**

- d'une requête d'information dans une bibliothèque,
- d'une communication presse visant la divulgation d'une certaine image d'une entreprise particulière,
- d'un numéro d'un journal municipal ou encore
- d'un ouvrage pour une collection

**sera/ne sera pas documentée.**

**Les documents témoignant d'une, de plusieurs ou, à la limite de toutes les réalisations d'un processus d'information peuvent être de nature très diverse :**

- **enregistrements sonores,**
- **synthèses écrites,**
- **enregistrements vidéos**
- **notes personnelles,**
- **comptes rendus,**
- **procès verbaux,**
- **sondages, interviews ponctuels,**
- **témoignages,**
- **etc.**

**Comme on peut le constater en examinant cette liste de documents, ceux-ci possèdent un statut particulier :**

- **simples notes sans statut bien défini,**
- **documents à l'aide desquels on vise surtout une surveillance et un contrôle continu du processus d'information qui est en train de se réaliser;**
- **documents à l'aide desquels on vise une interprétation commune des modalités de la réalisation d'un processus d'information;**
- **documents devant constituer une preuve qu'un processus d'information s'est déroulé selon une certaine façon (i.e. d'une manière conforme/non-conforme au cahier de spécification et au document contractuel)**

#### 4.8) Pôle "vérification et sanction"

##### **PHASE "QUALIFICATION ET SANCTION DU DOCUMENT PRODUIT"**

**Le message produit est qualifié (évalué et sanctionné) :**

**par un "arbitre" (qui peut être le destinataire, un autre acteur ou encore, à la limite, le destinataire lui-même);**

**qui tient compte, se réfère à l'objet du contrat définissant l'objectif d'information.**

**La qualification porte obligatoirement sur l'une des quatre facettes connues :**

**facette thématique;**

**facette discursive;**

**facette textuelle;**

**[facette cycle de vie et transport d'un document].**

**La qualification :**

**statue de la conformité du résultat des activités d'information avec les obligations et droits définis dans le contrat d'information;**

**et conditionne les éventuelles sanctions dues à une non-conformité des activités en question**

**Dans cette rubrique, on réunit toutes les analyses, descriptions et documents qui thématisent le fait :**

**qu'un produit ou service d'information réalisé a été ou est soumis à des vérifications pour pouvoir juger si un objectif d'information a bien été atteint.**

**Comme les documents tenant compte de la réalisation d'un processus d'information, aussi ceux du pôle "sanction et rétribution":**

- **tiennent compte de la réalité des vérifications, des corrections (techniques) et de sanctions ("juridiques") éventuelles.**

**Les analyses et descriptions de référence sont contenues, bien sûr, dans :**

- **le cahier de spécification et**
- **le document contractuel.**

**Les procédures proprement dites de vérification- et de correction - s'appuient sur :**

**les documents tenant compte de la réalisation d'un processus d'information (i.e. sur les documents constituant le pôle "Réalisation du Service/Produit d'Informations)".**