

Texte de savoir sur le paysage informationnel

Toute information est produite dans un contexte précis qui traduit l'intentionnalité des émetteurs. On distingue six contextes de production de l'information : institutionnel, associatif, commercial ou industriel, professionnel, scientifique et individuel.

Le contexte de production institutionnel relève d'une organisation sociale, de droit public définie par la loi. L'information au sein des institutions est produite dans l'intention de diffuser des règles, des lois et des normes.

Le contexte de production associatif est relatif à un groupement de personnes pour la défense d'un intérêt commun. Les informations sont produites dans le but de sensibiliser, de faire prendre conscience, de défendre, de donner un point de vue partisan partagé collectivement, de convaincre.

Le contexte de production commercial ou industriel est relatif aux activités des entreprises. Les informations sont produites dans le but de vendre des biens et des services, de diffuser des faits d'actualité, de faire réfléchir ou de divertir.

Le contexte de production professionnel est constitué d'organisations structurées par filières dans le domaine professionnel. La production d'informations est destinée à défendre et promouvoir des intérêts d'ordre professionnel, à assurer une représentation professionnelle, à partager les connaissances de terrain et les témoignages de professionnels, diffuser l'information professionnelle et technique.

Le contexte de production scientifique et technique est constitué des organismes faisant de la recherche scientifique (laboratoires universités, instituts de recherche). La production de l'information vise à diffuser le savoir et ses avancées.

Le contexte de production individuel repose sur la communication de connaissances personnelles. Il répond à un besoin de faire part de son opinion, à la volonté de partager ses connaissances, à un besoin de reconnaissance ou de notoriété.