

Informatique & Bible, asbl - Belgique
Rue de Maredsous, 11 B5537 Denée - Belgique
Tél:+32(0)82.69.96.47 Fax:+32(0)82.22.32.69
cib@cibmaredsous.be



Interface n° 2000/80 1er trimestre 2001

Internet en question

Le spamming ou l'avalanche de courriels [le mot "mél" utilisé par les Français sans aucun effort créatif est un horrible décalque, sans signification, venant de l'anglais "mail". Nous lui préférons nettement le mot "courriel" inventé de façon linguistique très pertinente par les Québécois]

Via Internet, l'internaute peut envoyer rapidement des messages à travers le monde : on ne chantera jamais assez les louanges du courrier électronique. Autorisant un style concis, quasi télégraphique, sans fioritures, rapide, celui-ci permet un échange aisé quelle que soit la distance qui vous sépare de votre correspondant. Par ailleurs, le courrier électronique permet le mailing : il est possible d'envoyer copie d'un même message à un certain nombre de correspondants. Ce nombre est illimité. Ce mailing possède un atout irrésistible : il est gratuit (si l'on exclut le coût minime du temps de connexion nécessaire pour l'expédier).

Ces extraordinaires possibilités du courrier électronique sont grosses des excès et des abus possibles. L'internaute peut envoyer un message inconsistant ou farfelu à un correspondant, connu et inconnu. Ou, d'un simple clic de souris, il peut en transmettre copie à l'ensemble des adresses contenues dans son carnet d'adresses électronique ou dans une mailing list. D'où encombrement inutile des circuits de transmission et embouteillage des ordinateurs gérant le flux des messages. La location d'une bande passante (= la largeur d'une autoroute de l'information) de largeur excessive en raison du spamming revient très cher aux fournisseurs d'accès.

Et aussi, encombrement des boîtes aux lettres électroniques des correspondants qui perdent un temps précieux à consulter puis à éliminer les messages qui ne les intéressent pas. Ou qui seraient susceptibles de les intéresser, mais rédigés dans une langue qu'ils ne maîtrisent pas.

Certes, l'envoi d'un message à un ensemble ciblé de correspondants (mailing list) est une possibilité très utile. Par exemple, une firme pourra envoyer un même message, selon le cas, à ses chefs de service, à ses représentants, à ses clients, à ses fournisseurs. Ceci est très efficace (rapidité, coût quasi nul, économie de papier et de timbres). Par ailleurs, un internaute accueillera généralement avec plaisir un message qu'il n'a pas choisi de recevoir si celui-ci a été envoyé en tenant compte de ses centres d'intérêt.

1. Quelques pratiques à critiquer

Le spamming commercial

Le problème est que certaines firmes commerciales utilisent sans sélection des listes d'adresses quelconques comprenant des milliers voire des millions d'adresses pour diffuser "toutes boîtes" leurs messages publicitaires électroniques. Certains récupèrent des mailing lists que l'on trouve un peu partout sur Internet. Dans le jargon d'Internet, cet envoi à la ronde de messages non désirés (spams[Spam (spiced ham) est un nom propre désignant de la viande de porc en conserve de basse qualité. Cela signifie quelque chose de peu appétissant, voire même repoussant.]) c'est le spamming. Les firmes commerciales voient dans le spamming un moyen très peu coûteux de diffusion rapide à un grand nombre d'individus. Même si le pourcentage de réponses est très bas, ils se rattrapent sur la quantité...

Cela ne va plus lorsque de nombreux messages non sollicités et ne présentant pour vous

aucun intérêt viennent embouteiller votre boîte électronique, l'expéditeur employant un fichier contenant un grand nombre d'adresses sans qu'elles aient fait l'objet d'une sélection. Voici quelques jours, l'auteur de cet article a reçu un courriel lui proposant une liste de 10 millions d'abonnés à American On Line pour 3.000 dollars : selon AOL, 30 % des 30 millions de messages qui transitent chaque jour par lui sont des messages commerciaux non désirés.

Un système particulièrement tordu est le "Usenet spam", système qui permet de transmettre un message à une série de groupes de discussion. C'est particulièrement pervers car, justement, la caractéristique d'un tel groupe d'internautes est de traiter un sujet très pointu. Or, voici de multiples groupes de discussion truffés de messages publicitaires n'ayant rien à voir avec le sujet spécifique auxquels ils sont consacrés.

Évidemment, le phénomène n'est pas neuf. La Poste charrie des monceaux d'imprimés publicitaires qui polluent nos boîtes aux lettres. Le fax, lui, crache maintes feuilles publicitaires imprimées sur... notre propre papier.

Les publicités non sollicitées reçues par voie de courrier électronique peuvent se regrouper sous différentes catégories :

- trucs pour faire rapidement fortune ;
- Offres de logiciel et de matériel informatique ;
- publicité pour un site Internet (de préférence pornographique donc payant) ;
- Etc., etc.

Remarquons que les firmes sérieuses regarderont à deux fois avant d'inonder leurs clients de publicités non sollicitées pour ne pas affecter leur image de marque. Si elles le font, cela prendra la forme discrète d'une information renvoyant vers leur site Internet.

Le spamming non marchand

À côté des firmes commerciales, nombre d'organisations culturelles, écologiques, politiques... ont recours au spamming pour diffuser leurs informations, annoncer leurs initiatives, proposer une pétition à votre signature...

Ce peut être une pétition en faveur des femmes d'Afghanistan... pour que le gouvernement sud-africain ne soit pas empêché par les grandes firmes pharmaceutiques de vendre des médicaments génériques... pour protester auprès du Président Bush parce qu'il rejette l'accord de Kyoto, etc.

Généralement, ce type de message est mieux accueilli qu'une proposition publicitaire, mais quand on reçoit de nombreuses sollicitations pour des causes qui ne vous intéressent pas...

Le spamming privé

En dehors de tout intérêt commercial, de nombreux internautes s'amuse à expédier des spams qui encombreront lignes de transmission comme les boîtes aux lettres. Un internaute que vous connaissez à peine se fera un devoir de vous mettre en garde contre un nouveau virus, comme il le fait pour tous ceux qui sont dans son carnet d'adresses. Un autre vous enverra une pétition politique ou humanitaire à signer ou vous transférera une information, etc.

Souvent, il vous est demandé de faire suivre l'information à vos propres correspondants. Un clic et voici tous vos amis et connaissances qui reçoivent copie de ce message. Cependant, avant de prendre une telle décision, il est utile de réfléchir et de s'informer du bien fondé de ce message avant de perpétuer l'effet boule de neige.

Si j'accueille favorablement une pétition en faveur des femmes d'Afghanistan, certaines demandes sont moins fondamentales: "Le petit X est malade. Il collectionne les cartes postales. Il veut battre le record du Guinness Book. Envoyez-lui une carte postale à l'adresse ci-dessous et faites suivre ce message à dix de vos correspondants."

Autre genre, le jeu dit de la pyramide (ou de l'avion). C'est une pratique qui a été dénoncée récemment par le gouvernement belge. Ce "jeu" a été inventé bien avant Internet mais encore une fois, le Net en favorise la diffusion. Il vous est demandé de verser une certaine

somme (par exemple 10 dollars) au dernier nom de la liste de dix qui vous est fournie. Vous supprimez ce nom et vous placez le vôtre en tête de liste avec vos coordonnées. Vous envoyez ensuite ce message à 10 autres internautes. Ainsi, lorsque la boule de neige aura été ainsi répercutée 10 fois, des milliers d'internautes vont vous verser 10 dollars...

Le canular et la rumeur

Souvent, le message n'est qu'un canular. Par exemple, un message vous informe que si vous envoyez copie du dit message à dix correspondants, vous gagnerez un GSM gratuit. D'innombrables farces du genre circule sur le Net.

La farce la plus vicieuse, évidemment, est celle qui vous promet une heureuse surprise si vous ouvrez le document annexé au courriel. Celui-ci contient un virus qui, activé, va s'attaquer à votre ordinateur.

Genre proche du canular : la fausse rumeur. Exemple : "Signez cette pétition au gouvernement brésilien : il vient décider de raser la moitié de sa forêt tropicale au profit de l'agriculture et de l'élevage..."

Une autre rumeur vous annoncera la naissance d'un nouveau virus très dangereux, virus qui - vérification faite auprès du site correspondant à mon antivirus - n'existe pas. Pourtant, si vous vous laissez aller sans circonspection à votre compassion habituelle, vous vous empresserez de refiler cet avertissement à vos amis qui le communiqueront à leurs amis qui....

Autre variante de rumeur, dans le genre alarmant : "Ceci s'est passé Paris. Il y a quelques semaines de cela, dans un cinéma, une personne s'est assise sur quelque chose de piquant : une aiguille planté à travers son siège avec une notice indiquant : Vous venez d'être infecté par le VIH. Pensez que vous pouvez sauver une vie humaine en diffusant ce message".

Ce genre de rumeur - qui donne froid dans le dos - peut être utilisée comme arme commerciale : elle ne peut que faire baisser la fréquentation des salles à Paris... et ailleurs. Pareillement, il est possible de faire du tort à tel fabricant de boîtes d'aPaleGreennts en faisant circuler la rumeur qu'on y a trouvé des aiguilles (ou des cancrelats, ou des crottes de rat, ou...). Ou que, dans les déchets de telle chaîne de fast food, on a découvert des boîtes d'aPaleGreennts pour chien (ou des os de chat, ou des déchets de viande contaminée...).

2. Quelques propositions pour une gestion positive

Pour un comportement éthique

Du fait de ses caractéristiques, le courrier électronique favorise les réactions spontanées, voire provoque l'agressivité. Il faut réagir et penser aux autres et développer des règles de comportement éthiques (une Néthiquette). Au Vatican, la Commission pontificale pour les communications sociales prépare un document à ce sujet.

En y réfléchissant un peu, il est possible de suggérer quelques règles de comportement :

1) D'abord, lorsqu'on vous envoie un message en vous demandant de le relayer vers d'autres, vérifiez d'abord si son contenu est sérieux (attention aux canulars, aux fausses rumeurs).

-Certains sites se sont spécialisés dans la dénonciation des canulars et fausses rumeurs (3).

-Vérifiez aussi si l'expéditeur s'est clairement identifié. Souvent l'émetteur se cache sous une fausse adresse ou passe par des services qui rendent impossible son identification. C'est évidemment un signe. Une autre loi est en préparation aux États-Unis interdisant les courriels dont l'identification de la source est inexistante ou incomplète.

-Les expéditeurs honnêtes prévoient le "opt in" : c'est une adresse électronique au sein même du message permettant de demander par retour du courrier d'être rayé du fichier d'origine. Mais cette adresse peut également être fautive: une feinte de plus pour engendrer un trafic supplémentaire et inutile de messages.

2) Préparez et conservez dans votre traitement de texte un message bien senti que vous

enverrez par retour à l'expéditeur d'un message qui vous déplaît ou vous est inutile.

3) Tous vos correspondants qui se trouvent dans votre carnet d'adresses électroniques ne souhaitent peut-être pas être connus de tous les autres. Il y a là - de votre part - une question de discrétion. Ne mettez pas la liste de vos destinataires à la première ligne de votre formulaire d'envoi de message, mais dans la zone prévue à cet effet dans les logiciels d'envoi de message. Si la liste apparaît sur la première ligne, effectuez un copier/coller pour la glisser dans la troisième. Mais il faut absolument une adresse sur la première ligne. Le plus simple est de... mettre la vôtre. Ainsi tous vos correspondants recevront une copie du message sans que la série d'adresses des destinataires apparaissent.

4) N'oublions pas non plus que, dans la lutte contre le spamming, nous avons des alliés : les fournisseurs d'accès. N'hésitez pas à vous plaindre auprès de leur service de réclamation si vous recevez des messages déplaisants. Par ailleurs, ils sont preneurs pour appuyer toute mesure visant à réduire cette pollution. Eux paient les circuits pour transmettre ces millions de messages inutiles.

Il existe un organisme, l'ORBS (Open Relay Behaviour modification System) qui tient une base de données des serveurs qui relaient sous anonymat les messages des spammeurs. Votre fournisseur d'information peut alors décider de bloquer les messages provenant de ce serveur (ainsi, malheureusement, que les messages sérieux transitant par lui).

Nous pensons enfin que, tant qu'une régulation économique des échanges Internet n'interviendra pas, il restera difficile de créer des comportements spontanément respectueux des destinataires.

Pourquoi pas une taxation minimale de tous les mouvements dans Internet qui oblige les "spamistes" les plus encombrants à réfléchir aux conséquences de leur envoi sur leur portefeuille ? Cette "taxe" pourrait servir à alimenter un fonds mondial d'aide à la formation électronique et aux transferts technologiques au plus démunis.

Le courrier électronique est un moyen fantastique de communication. Ses abus sont à la mesure de sa puissance et de sa sophistication. Il appartient à chaque internaute d'en faire bon usage et de participer à la lutte contre l'abus qui en est fait.

Jacques Dessaucy

