

“Améliorer la fiabilité de l’information sur Internet”

STEPHAN KOCH : “L’information, c’est le pouvoir”, disait un général américain, faisant référence à la manière dont on peut désinformer l’adversaire ou orienter l’opinion publique. La gestion de l’information et des influences s’est propagée au Web, conduisant à un rapport de force asymétrique : un seul individu est en mesure d’avoir un impact énorme, positif ou négatif, dans l’information. Cette “force de frappe” de l’information est utilisée dans des buts offensifs par des gouvernements ou des organisations de défense.



STEPHAN KOCH

INTELEGENZIA

Nous avons confiance dans les institutions étatiques. Le fait que certaines n’aient pas respecté leur cadre déontologique (propagande, actions de

déstabilisation), comme lors des événements en Iraq, conduit à une perte de cette confiance.

Trafic de ses archives en ligne par le “New York Times”. Le 9 septembre 2001, il publie un article faisant état de vidéos circulant dans les milieux islamiques, disant que des Américains vont mourir, etc. Juste après l’attaque du 11 septembre, l’article original a été remplacé par un texte moins critique sur la sécurité et il a disparu des archives.

Un petit groupe de Palestiniens se réjouit de l’attentat à un endroit limité des Territoires, avec toute l’interprétation directe qui pouvait en découler.

Pose d’un activiste qui lance ses pierres avec un drapeau. Un seul photographe se trouvait d’un côté, mais de l’autre ils étaient une centaine.

Un gamin a été tué par des balles israéliennes et la contre-information essaye de faire croire que la balle est palestinienne.

On voit une personne blessée devant un militaire israélien. Cette image avait été reprise par des sites extrémistes qui parlaient de victime palestinienne. Or, c’était un étudiant américain blessé lors d’une manifestation palestinienne et protégé par un soldat israélien.

Utilisation de la symbolique dans la distorsion de l’information avec une photo truquée de militaires américains dont on voit le drapeau sur la manche.

Flyers avec des comparatifs entre des événements extrêmement dramatiques de la Seconde Guerre mondiale et des prétendus Iraniens.

Vidéo qui paraît être une dénonciation interne de militaires américains. On voit trois personnes se faire abattre de nuit par un hélicoptère. Si on analyse la vidéo, on s’aperçoit qu’il y avait un trou de dix secondes qui devait donner une information.

“ Cette “force de frappe” de l’information est utilisée dans des buts offensifs par des gouvernements ou des organisations de défense”

Insertion publicitaire en temps réel, qui n'existe pas sur le terrain ; ajout de détails sur des images satellites ; mises en scène (statue de Saddam à Bagdad couverte d'un drapeau américain, groupe de personnes photographiées de façon à faire croire à une foule, prétendu Irakien souhaitant la bienvenue aux Américains...). Colin Powell a été le premier à faire une présentation multimédias à l'ONU.

Les gens croient plus à l'image qu'au texte. Ils font une analyse superficielle et ne prennent pas le temps de vraiment lire et d'essayer de comprendre les différents aspects. Ces problématiques d'interprétation viennent de ce que l'information est "multicouches".

“ Les gens croient plus à l'image qu'au texte ”

Un changement peut être introduit dans le code source, ce qui n'est pas visible par l'internaute. On peut se croire protégé, alors qu'un *sniffer* de réseau peut lire le contenu d'un mail et le nom de l'utilisateur. Avec un logiciel adéquat, un mot de passe peut se décrypter. Les mécanismes de fonctionnement ne sont pas vraiment ce qui est communiqué en marketing.

On peut faire la redirection d'un site appelé vers un autre qui trompera l'utilisateur.

Une adresse Internet ou IP, c'est pareil. Certaines manipulations utilisent ces éléments.

On peut recevoir des réponses à des mails qu'on n'a jamais envoyés.

“ La volonté d'autorégulation n'est pas forcément possible quand on a trop d'intérêts privés, et les gouvernements n'ont plus guère la capacité d'intervenir ”

La "pêche" d'informations confidentielles utilise cet aspect multicouches. Suite à un mail qui paraît normal, la personne est dirigée vers une autre adresse. Son manque de connaissances techniques ne lui permet pas d'identifier la fraude et elle va donner des informations personnelles qui seront utilisées ensuite de façon frauduleuse.

La Web appartient à des entreprises et institutions privées américaines. Or, la volonté d'autorégulation n'est pas forcément possible quand on a trop d'intérêts privés, et les gouvernements n'ont plus guère la capacité d'intervenir.

La hiérarchisation de l'information est faussée sur les moteurs de recherche. Des sites commerciaux apparaissent même s'ils n'ont pas grand-chose à voir.

Une prétendue information commerciale peut chercher à nuire à une société.

Il y a ce qu'on appelle le Google bombing. Toute une communauté d'activistes met ce genre d'actions en route. On tape une expression, par exemple "liberticide" et on tombe sur le site d'un homme politique. On n'accède donc pas toujours à la bonne information, ou l'information est tronquée ou détournée. Il y a bien sûr des réponses techniques.



Ces derniers mois, beaucoup de recherches ont été faites sur les tsunamis, mais elles portaient surtout sur les images, vidéos, photos, ce qui montre bien l'approche de ceux qui sont allés chercher de l'information par les moteurs de recherche. De plus, quand on cherche, on laisse un ensemble d'informations sur le Web. Il faut en être conscient.

Un faux site peut utiliser les mêmes métadonnées et mots clés que le vrai, ce qui le fait se positionner dans le même groupe de résultats. L'erreur est alors facile pour un utilisateur. Ainsi, grâce à une invitation faite sur un faux site de l'OMC par un institut international italien, un activiste de Yesmen a pu intervenir à une conférence puis faire passer par la suite tout un faux faisceau d'informations. Le même groupe a sévi pour la commémoration du 20^e anniversaire de la catastrophe de Bhopal. Après un mail envoyé sur un faux site de Dow Chemical, la société qui a racheté Union

Carbide, un journaliste a fait une interview en croyant avoir affaire au porte-parole de Dow. Celui-ci a reconnu en direct à la BBC la responsabilité de la société et assuré que les victimes seraient indemnisées.

Autre exemple d'une redirection vers un faux site de CNN, après détournement de la page de CNN. De vrais journaux ont repris l'information et l'ont publiée.

“ D'une redirection vers un faux site de CNN, après détournement de la page de CNN. De vrais journaux ont repris l'information et l'ont publiée ”

On peut parler aussi de l'imposture de MASON, un travail fait uniquement sur le Web, avec des informations non vérifiées, des sources non croisées. Cela a été pourtant traduit en 28 langues et vendu à des millions d'exemplaires.

Les Web logs (ou blogs) ont une capacité d'influence énorme. L'un a pu faire tomber le cours d'une action suite à un faux communiqué de presse à Reuters et à Bloomberg.

Il sera possible, au travers des questions, de parler de l'aspect sociologique de la société de l'information. Le Web a pris aux médias traditionnels un aspect de diffusion de croyances.

“ Le Web a pris aux médias traditionnels un aspect de diffusion de croyances ”

DOMINIQUE BARTAFAILLE : Pour Bhopal, l'interviewer de la BBC savait-elle qu'elle faisait une fausse interview ? Une fois ce type de délit découvert, est-il puni ?

STEPHAN KOCH : Non, elle ne le savait pas. Les journalistes sont sous pression et ont souvent peu de temps pour traiter l'information. Sans doute aurait-il fallu contrôler les sources. L'activiste a très bien tenu son rôle dans l'interview faite *live* depuis Paris ; il avançait des éléments négatifs de manière fine. Il était difficile à la journaliste de s'en rendre compte ; en plus, c'était vraiment un scoop que la société Dow reconnaisse ses torts alors qu'elle ne l'avait pas fait pendant vingt ans. La BBC a fait un démenti officiel le lendemain.

Il ne serait plus possible aujourd'hui de faire ce genre de lien piégé, alors que c'était très facile auparavant en profitant des failles des navigateurs comme Internet Explorer. Avec la méthode actuelle du *fishing*, les gens "se font avoir" parce qu'ils sont envoyés sur un site qui imite le vrai. Ils se fient au graphisme. Il faut un apprentissage technique pour être en mesure d'effectuer certaines vérifications de base. Or, il y a un fossé de plus en plus grand entre la connaissance des utilisateurs et le potentiel des technologies.

Ce type de délit peut être sanctionné, à condition de trouver la personne. Sur Internet, tout n'est pas traçable et il est aisé de rester plus ou moins anonyme.

DOMINIQUE BARTAFAILLE : Qui porte la responsabilité ? Le journaliste ?

STEPHAN KOCH : C'est celui qui prend l'information, car il doit la vérifier. Comme on le voit avec les blogs, le journalisme a changé : le journaliste qui a parlé du temps de service de Bush a dû démissionner. L'information était vraie, mais les documents étaient des faux.

“Celui qui prend l'information, car il doit la vérifier”

CHRISTIAN BRETT : Comment améliorer la fiabilité ?

STEPHAN KOCH : Aujourd'hui, le pouvoir est aux entreprises. Elles ne veulent pas réguler un marché qui leur est profitable. Les *spywares* (logiciels espions) apportent des données marketing sur le comportement des utilisateurs. C'est une manne importante pour certaines entreprises. L'Acte sur l'anti-spam aux États-Unis ne correspond qu'à moitié à la problématique : il est facilement contournable. Il se pose des problèmes de protection de la sphère privée. Les lois ne sont pas adaptées, faites par des gens qui ne comprennent pas la société de l'information et qui sont sous la pression de lobbyings économiques.

Il faut essayer que les gens s'entendent en faisant plus de communication tripartite entre société civile et organisations de défense des libertés individuelles, secteur privé et politiques. Mais le politique n'est pas forcément prêt à lâcher du pouvoir et a beaucoup de mal à faire appel à des compétences qui sont dans la société civile. Il faut aussi acquérir des compétences techniques, comprendre comment fonctionne internet, voir les éléments à vérifier, s'informer sur les hoax (fausses informations envoyées par mails).

DOMINIQUE BARTAFAILLE : Pour faire du journalisme dans le domaine du nucléaire ou des OGM, il a fallu s'informer, entrer dans le débat tripartite... Cela dure depuis vingt ans, et les politiques n'ont toujours pas eu la sagesse de faire certains choix et de prendre des décisions. L'informatique se trouve dans le même type de débat : le problème n'est pas tant l'outil et son apprentissage que la manière dont le monde va l'utiliser, avec les conséquences sur les modes de faire, de vivre, d'agir, etc. C'est une société nouvelle, mais il faudrait réapprendre aux journalistes à prendre le téléphone et à aller sur le terrain.”

“Il faudrait réapprendre aux journalistes à prendre le téléphone et à aller sur le terrain”

STEPHAN KOCH : Dernièrement, un hoax a été retransmis avec un numéro de mobile. Parmi les centaines de personnes qui l'ont fait suivre, pas une n'a composé ce numéro !

UN INTERVENANT : Un blog, c'est un journal, rédigé au jour le jour pour suivre un thème ou une actualité. On peut le considérer comme "intime" car souvent écrit par une seule personne ou un petit groupe. C'est souvent un logiciel libre à télécharger.

STEPHAN KOCH : Il faut très peu de connaissances techniques pour le prendre en main.

UN INTERVENANT : On entend parler de peur d'Internet, mais le manque de formation à utiliser des technologies n'est pas nouveau. C'était le cas lors de l'apparition de l'audiovisuel. Nous sommes habitués à ne pas remettre en question les médias, notamment la télévision, mais est-ce plus grave avec Internet ?

STEPHAN KOCH : Il ne s'agit pas de donner un sentiment de peur, mais de présenter un état de la situation. Sur le net, avec quelques connaissances techniques, il existe la possibilité de transformer une information, ce qui, auparavant, demandait du pouvoir, de l'argent et des moyens. Ce

“ Ce qui change est la facilité d'accès. C'est donc une nécessité d'apprendre à avoir un peu de recul”

qui change est la facilité d'accès. C'est donc une nécessité d'apprendre à avoir un peu de recul. Or, nous sommes dans une société qui va à l'encontre de cette réflexion, où les gens adhèrent à des modèles, à des modes, plutôt que d'avoir leur propre démarche.

UNE INTERVENANTE : N'est-ce pas à ces sociétés, tel CNN, d'avoir une veille au cas où des sites les copieraient ? Ce sont eux qui ont le plus de moyens pour contrer, et c'est à eux aussi de contrôler l'information qu'ils diffusent.

STEPHAN KOCH : La fausse information peut être présente et non détectable, car il faut du temps pour que les moteurs de recherche indexent. Il faut aussi d'énormes moyens. Ce n'est pas facile car la notion de cycle de vie de l'information est très importante sur Internet.

“ La notion de cycle de vie de l'information est très importante sur Internet”

UN INTERVENANT : Il existe des indexations payantes et gratuites. Les premières sont assez rapides, mais les autres sont faites un peu au petit bonheur la chance.

UNE INTERVENANTE : Les moteurs de recherche ont aussi une déontologie à respecter. Ne s'interrogent-ils pas avant l'indexation ?

CHRISTIAN BRETT : Il ne faut pas toujours renvoyer à l'utilisateur, c'est vrai, parce qu'alors il se perd en permanence en apprentissage au lieu de réfléchir et de critiquer. En matière d'information, le diffuseur doit assurer la fiabilité de son information. Cela évitera que n'importe qui diffuse de l'information et respectera un métier qui a une déontologie, mais un individu doit aussi être responsable de lui-même.

MICHAËL PRONIER, Environnement-online : Il faut protéger au maximum l'internaute, mais tout le monde a sa part d'apprentissage et de responsabilité. Les utilisateurs ne sont pas tous techniciens, mais ils peuvent s'assurer à 80% de la validité de leur choix des informations sur Internet. Ils peuvent parfois "se faire avoir", mais cela est valable aussi avec les autres médias.

Je suis responsable éditorial des activités numériques du groupe de presse Victoires-Éditions, qui a trois activités, dont une prédominante dans l'environnement, à travers six titres dont le plus connu est "Environnement Magazine". Il a été décidé de faire un seul site Internet pour les six

“ Les équipes de journalistes se posaient beaucoup de questions sur la transmission des informations qu'ils produisent”

publications (environnement-online.com) et de le monter avec l'équipe d'une quinzaine de journalistes permanents "papier", plutôt que de créer une équipe Web. Ce n'était pas uniquement une question de moyens mais, aussi et surtout, une assurance de fiabilité de l'information proposée sur le site web, d'appropriation du projet web par tout le groupe

de presse et de concordance éditoriale avec les publications. C'était un défi au départ, car les équipes de journalistes se posaient beaucoup de questions sur la transmission des informations qu'ils produisent, sur la charge de travail supplémentaire pour alimenter un site web, sur les droits d'auteur... Tout a été mis à plat, et chaque rédaction a choisi son interlocuteur privilégié pour faire le lien avec les équipes éditoriale et technique d'Environnement-online.com

Il faut savoir que nos journalistes sont aussi des utilisateurs d'Internet pour travailler, même s'ils sont avant tout journalistes de terrain. Ils en connaissent très bien les dangers. Nous avons donc cherché une liste d'indices pour savoir si un site Internet est fiable ou non.

Les indices pour juger de la fiabilité des informations diffusées par un site :

- Il faut tenir compte de la réputation du site, savoir s'il est écrit par des journalistes, s'il y a un magazine "papier" derrière. S'il n'y a pas de version "papier", il faut voir qui est derrière avant de prendre l'information. Cela n'empêche pas de recouper avec d'autres sources.

- Par les moteurs de recherche, on peut savoir quelle est la popularité d'un site. Cela ne veut pas dire qu'il dit la vérité, mais il y a moins de probabilité de se faire "arnaquer".

- L'identification de l'auteur d'un article est très importante.

Les articles sur Internet doivent être signés. Cela est un indice supplémentaire de vraie création et pas de simple repiquage de l'information.

- La date de mise à jour est également une information, tant pour un article que pour l'ensemble d'un dossier. Il est crucial de pouvoir replacer un écrit dans le temps.

- Il faut prendre le temps de comprendre la finalité du site : Environnement online.com a été mis en ligne pour faire connaître les publications et vendre des archives, mais n'a pas pour finalité de fournir 50 news environnement gratuites par jour.

- Il faut essayer de comprendre, s'il y a lieu, quelle est la finalité commerciale du site ? Par exemple, dans la thématique environnement, le site d'actualités sur les déchets "Atoo déchets" (il n'existe plus) était sérieux, mais appartenait à Onyx. Même si les articles étaient fiables, on pouvait légitimement se demander si l'information était pertinente, fiable et surtout indépendante.

- Plus un article ou un site pointe vers des liens hypertextes sérieux, plus il est fiable, car c'est un travail de journaliste et d'investigation que d'aller chercher ce type de sources de l'information.

- Un dernier indice favorable est l'interactivité : pouvoir joindre par e-mail le journaliste qui a écrit le dossier par exemple.

“ L'identification de l'auteur d'un article est très importante ”



Le risque de donner des adresses emails professionnelles directes est d'être surchargé de spams. Or, montrer qu'il y avait une équipe de 15 journalistes était une carte maîtresse pour Environnement-online.com. C'est donc du côté de la technique qu'il fallait renforcer la protection en investissant dans des anti-spams, plutôt que d'interdire tout lien direct entre l'internaute et nos journalistes.

La version 2 du site est en phase d'amélioration, une phase qui durera toute l'année 2005.

Il est bien sûr préférable pour l'internaute de savoir repérer « techniquement » un maximum de pièges techniques très bien expliqués par Stephan KOCH, mais la liste « d'indices favorables » que je viens de dresser peut aider le simple utilisateur qui ne dispose pas de beaucoup de temps d'apprendre à s'informer et à se documenter sur le web avec un minimum de vigilance.

UNE INTERVENANTE : Cette charte aide à se débrouiller pour la fiabilité de base. Quand on ouvre un journal, on n'a pas davantage de garanties. Il ne faut donc pas dramatiser, mais ce qu'on écrit sur Internet doit être différent d'un journal.

“ Quand on ouvre un journal, on n'a pas davantage de garanties ”

Reprendre les articles tels qu'ils sont sur papier pour valoriser des archives, oui, mais pas pour le reste, car ce sont des publics différents. Dans mon agence de presse, le choix est contraire : nous ne refusons pas de mettre en ligne les communiqués de Greenpeace ou de Sortir du nucléaire. Ils donnent le temps "T" d'un débat, apportent autre chose. Sinon, le site devient un journal bien pensant et bien poli.

Le droit suit-il l'évolution d'internet, en particulier pour ces sites qu'on pourrait dire "de contrefaçon", dans les domaines des droits d'auteurs, de la propriété intellectuelle, etc. ?

MICHAEL PRONIER : Dans notre cas, les droits d'auteur ont été négociés. Les journalistes toucheront dorénavant de l'argent supplémentaire pour la reprise de leur information dans les archives et les dossiers documentaires. Ils se sont arrêtés sur un protocole d'un an pour tester le système.

STEPHAN KOCH : Le juridique s'adapte à certains cas et pas du tout à d'autres. L'aspect de la territorialité est très important, mais il n'est pas pris en compte par les lois. De plus, certains accords internationaux sont présents mais mal utilisés : les serveurs d'Indimedia ont été saisis en octobre, en Angleterre, coupant 20 sites, et on n'a aucune idée des raisons.



STEPHAN KOCH

L'industrie du disque, par son lobbying, a fait passer des lois. Au départ, elle a laissé faire les gens pour qu'ils s'habituent à télécharger de la musique sur Internet. Maintenant, il n'y a plus à gérer ni transport, ni fabrication, mais cela n'a pas été déduit du coût musical, et l'auteur, lui, ne touche pas plus. C'est le plus mauvais exemple qu'on puisse donner. Si vous achetez un DVD et que vous aviez la vidéo, vous avez payé deux fois le droit d'auteur, mais nul ne s'en soucie. C'est une problématique extrêmement complexe au niveau juridique.

C'est un peu plus facile pour l'écrit, et des choses se mettent en place. On a fait croire à tous que le Web était gratuit et que chacun avait accès à une valeur ajoutée. C'est un terrain défavorable pour, maintenant, valoriser le travail des journalistes. Les gens, de plus, ne font plus la différence entre "Métro" ou "20 Minutes", la reprise de communiqués d'agences, et la analyse d'un journaliste. Nous sommes sans arrêt en plein paradoxe et contradiction.

“ On a fait croire à tous que le Web était gratuit et que chacun avait accès à une valeur ajoutée ”



CHRISTIAN BRETT
DIRECTEUR DU CERDD

MICHAËL PRONIER : Au sein de notre groupe de presse Victoires-Éditions, le projet de site Web a été monté selon une démarche participative qui n'impose rien aux journalistes. La volonté d'Environnement-online.com est d'être piloté au maximum par les rédactions « papier », que ce soit leur site et celui des internautes, ce qui est très important pour la pérennité du site et l'intérêt à long terme. Mais le fait que les journalistes « papier » participent directement au web pose par contre un problème : l'écriture « papier » n'est pas adaptée au web. Sur Environnement-online.com, il n'y a pas pour l'instant d'écriture Web : on adapte les articles papiers au web à travers un « filtre » c'est à dire une charte éditoriale web (masques de saisie fixes, un nombre de signes précis). L'interlocuteur privilégié de chaque rédaction coordonne un peu tout cela et commence à se former en même temps à l'écriture et à la recherche Web, mais cela va prendre un peu de temps.

“ L'écriture « papier » n'est pas adaptée au web ”

CHRISTIAN BRETT : Comment vérifier la fiabilité de l'information dans les forums ?

MICHAËL PRONIER : Nous avons écrit une sorte de charte. Les textes de forum sont vérifiés par rapport à la loi. Les messages qui ne répondent pas à la charte (attaques racistes, etc.) sont enlevés. D'ailleurs, le site traite d'information professionnelle sur l'environnement et est donc plutôt dédié aux industriels. Il n'est pas polémique, et il n'y a pas trop de problèmes. Le Web est un danger, mais aussi une richesse : une information alternative et non fiable à 100% reste une information. Il appartient aux journalistes de faire la synthèse.

STEPHAN KOCH : Des stratégies sont mises en place pour les forums : on peut renverser l'influence d'un forum en utilisant des petits outils qui permettent de changer les adresses IP et de se faire passer pour des clients X ou Y. On peut faire passer des opinions modérées quand il y a beaucoup d'extrêmes, etc., ce qui crée un effet boule de neige. Il faut faire appel à la connaissance de la personne et à sa capacité de discernement, sans faire du "pré-mâché". Tous ces aspects ont pour point commun l'humain, qui doit s'éduquer dans sa perception de l'information, avoir son libre arbitre et une capacité à se distancer.

MICHAËL PRONIER : Ce n'est pas parce qu'une information est fiable qu'elle est pertinente. C'est pourquoi il faut s'informer en multisources et ne pas hésiter à aller sur certains sites, notamment alternatifs, qui n'ont pas forcément une information objective. Une information fiable, complètement protégée et non contradictoire risque de n'être finalement ni pertinente, ni intéressante. Ce qui rend une information fiable et intéressante, c'est le terrain, travail que savent faire les journalistes. Le danger du journaliste purement Web, c'est qu'il ne se déplace plus. C'est une raison supplémentaire qui a conforté le fait qu'Environnement-online.com choisisse de travailler avec les journalistes « papier », même si cela demande un temps d'adaptation et d'explication plus long que pour des journalistes web expérimentés.

“ Ce n'est pas parce qu'une information est fiable qu'elle est pertinente ”

UN INTERVENANT : Le problème est finalement celui des moyens donnés à une rédaction. Aujourd'hui, on fait une presse à deux vitesses. On envoie quelques grands noms "crapahuter" en Iraq, etc., puis il y a une deuxième catégorie de journalistes de la presse écrite, qui sont bien

moins payés que ceux de l'audiovisuel, alors qu'ils font un travail plus important en matière d'information. De plus, il n'y a plus d'argent dans les journaux et ils ne veulent plus payer des déplacements. Les journalistes ne peuvent ainsi plus faire d'investigations et aller eux-mêmes sur le terrain.

“ Le circuit des attachés de presse participe à ce problème en donnant un dossier de 40 pages au lieu d'un communiqué et en ne passant plus par du rédactionnel de leur propre perception”

Ils deviennent des lecteurs du Web. Cette stratégie globale à deux vitesses n'arrive pas par hasard, avec soit des gens qu'on a sous sa coupe et dont on contrôle l'information, soit d'autres à qui on donne une espèce d'information "pipi de chat".

Le circuit des attachés de presse participe à ce problème en donnant un dossier de 40 pages au lieu d'un communiqué et en ne passant plus par du rédactionnel de leur propre perception. Le monde de la presse d'information est dans un triste état en dépit du surplus d'informations. Il faut faire la différence entre la formation du citoyen et celle d'un journaliste dont c'est le métier et qui ne peut à la fois se former comme journaliste et super internaute.

STEPHAN KOCH : Je ne fais pas de différence entre le citoyen et le journaliste, c'est un humain. Le journaliste n'est pas un surhomme maîtrisant tous ses sujets. Souvenez-vous des journalistes "embarqués"... La première conséquence était d'humaniser le soldat. Puis, le champ de vision a été réduit à un objectif et à un endroit déterminés. On avait un flot d'images en continu, mais on ne savait plus ce qui se passait globalement et concrètement.

C'est la même chose avec le net aujourd'hui. Les moteurs de recherche apportent une avalanche d'informations où il faut discerner les bonnes. De plus, la même recherche par Google n'apporte pas les mêmes résultats à un Américain ou un Français, car des ordinateurs intermédiaires font un tri. Or, nous n'en sommes pas conscients. De plus, les requêtes que nous faisons sont enregistrées par Google qui fait des études de marché et des statistiques.

“ De plus, la même recherche par Google n'apporte pas les mêmes résultats à un Américain ou un Français, car des ordinateurs intermédiaires font un tri”

Comment noyer une ONG qui fait un travail intéressant ? C'est de lui donner un rapport à faire, qui occupera toutes ses forces vives. Pendant ce temps, elle ne s'intéressera pas à des problèmes spécifiques. C'est un peu l'impression que donne le Sommet mondial de la société de l'information : des ONG professionnelles font leur travail par rapport à un objectif bien précis qui est le leur, mais l'aspect global et stratégique commence à être mis de côté. À Genève, il y avait plus de cent événements parallèles lors du Sommet. Ils occupaient "la masse" qui ne savaient rien des discussions stratégiques des gouvernements...

UNE INTERVENANTE : J'ai cherché des représentants des grandes ONG comme Greenpeace ou WFF pour ces deux journées. Elles ne pouvaient pas intervenir étant sur des actions précises pour lesquelles elles ont des subventions. Il y a trente ans, elles produisaient de la prospective, du questionnement et du débat.

UN INTERVENANT : Une ONG peut être créée par un gouvernement ou une entreprises comme forme de "soft diplomatie" pour avancer sur certaines choses et en bloquer d'autres.

UNE INTERVENANTE : Connait-on les manipulations qui sont faites lorsqu'on va sur des sites ? Aux USA, des sociétés étudient tous les sites et les intérêts des gens de façon à construire un stéréotype de l'Américain, qui est revendu à des sociétés commerciales.

STEPHAN KOCH : Cela se passe partout, y compris en France. On laisse des traces sur Internet, qui sont analysées par des outils de statistiques des sites Web. Plus on paye, plus on obtient de données statistiques précises. La manière même dont on agence l'information sur le site permet d'avoir de l'information sur les internautes sans leur coopération. On met une information généraliste en première page, une plus précise en deuxième et scientifique en troisième, ce qui permet de connaître qui est le visiteur et à quoi il s'intéresse. On peut proposer une offre d'emploi sur un site pour faire de l'intelligence économique. On regarde qui s'intéresse à l'offre d'emploi, qui ouvre les documents PDF liés au descriptif de l'offre, etc.

Beaucoup d'éléments sont contrôlables et quantifiables avec Internet, notamment avec les *news letters*. Pour le spamming, il n'y a pas besoin d'ouvrir ou de répondre à un e-mail. Dès qu'il arrive sur la machine, l'information est transmise au *spamer* qu'il s'agit d'un compte actif. Des logiciels sont "gratuits", mais pas en termes de services : Kazaa avait un "espion" qui gardait des informations, puis il y a eu des versions déboguées. En fait, vous n'êtes pas "trahis" car c'est écrit quelque part, mais personne n'a jamais lu le contrat. Il y a toujours cette ambiguïté à laquelle on participe volontairement en cliquant, avec tous les risques induits.

“ Le code informatique est au système d'information ce que le langage est à l'humain ”

Je me suis amusé à faire un petit postulat réducteur : le code informatique est au système d'information ce que le langage est à l'humain. Le mode opératoire est identique, seul le niveau d'élaboration change. Un groupe de mots codes ou un code forme un script et produit une interaction au niveau du récepteur.

Tout le monde a reçu ce message venant d'un ami et avertissant d'un virus qui ne serait pas détecté par les antivirus. Toute la démarche pour le trouver, l'effacer et le détruire à tout jamais est décrite. Le problème est qu'il s'agit d'un petit programme utile au fonctionnement de Windows -il se présente sous la forme d'un ourson-, que vous trouvez évidemment sur votre ordinateur. Le mail est en fait un canular, un code malicieux humain. Beaucoup de gens ont ainsi effacé le programme. L'e-mail n'a rien fait, il a juste informé par une séquence de mots, mais cela a modifié les comportements. Cela prouve que nous sommes fragiles et que l'on ne réagit pas autrement qu'avec des mots.

UNE INTERVENANTE : On peut, lorsqu'on reçoit ce type de mail, aller se renseigner sur des sites spécialisés comme Hoaxbuster. Y a-t-il d'autres adresses pour éviter ces écueils.

STEPHAN KOCH : Hoaxbuster et Hoaxkiller sont de très bons outils. Les sites hoaxkiller.com et hoaxbuster.com recensent les canulars et les essais de tromperie sur le net.

UNE INTERVENANTE : En tant qu'utilisateur lambda d'Internet, si on se rend compte qu'il existe un faux site, peut-on relayer l'adresse vers une autorité ?

STEPHAN KOCH : Ce n'est pas si simple... Il faut que le serveur soit dans le pays et que l'autorité ait le droit légal d'intervenir. Le serveur peut être en Corée, chez une personne qui ignore que son serveur a été piraté et qu'on a installé ce module dessus. Il y a aussi un problème de

langue. On peut se référer à la problématique en France entre Yahoo France et Yahoo États-Unis avec la vente d'objets à connotation nazie sur les sites d'enchères. Légalement, il était impossible d'intervenir en France. Techniquement, il est aussi très difficile de bloquer l'accès des internautes français au site d'enchères.

M I C H A Ë L P R O N I E R : Des choses se mettent en place en France pour les sujets graves, par exemple contre la pédophilie, mais sur les fausses informations en général, c'est très difficile, vu l'ampleur du réseau.

C H R I S T I A N B R E T T : Il faudrait que vous donniez vos sites.

M I C H A Ë L P R O N I E R : <http://www.environnement-online.com>. Notre groupe de presse Victoires Editions fait partie du GESTE (Groupement des éditeurs de services en ligne) qui a des commissions de réflexion (fiabilité, commerce électronique, etc.). Je vous conseille également de consulter ce site. Il permet de poursuivre le débat sur les questions de fiabilité de l'information : <http://www.geste.fr>

S T E P H A N K O C H : Les deux sites d'hoax cités sont très bons pour contrecarrer rumeurs et chaînes d'e-mails circulant sur le Web. Mais il ne faut surtout pas oublier les réflexes de base, par exemple en appelant le numéro de téléphone. Sur mon site, il y a quelques tutoriaux sur la façon de remonter une rumeur, sur les outils à utiliser et sur le *fishing*.

U N E I N T E R V E N A N T E : Une question très pratique : comment vérifier que notre accès personnel n'est pas utilisé par quelqu'un d'autre ? Quels sont les meilleurs anti-spams ?

S T E P H A N K O C H : Il faut faire attention qu'une connexion Wifi, sans fil, soit sécurisée en enclenchant au minimum ce qu'on appelle le WEP. Avec le câble, il faut plutôt tenir compte du sérieux du fournisseur d'accès à Internet. On a vendu de l'ADSL à tout va, sans parler des *firewalls* et des antivirus... Le problème du *spam*, c'est que ce sont des "faux vrais" et que les filtres sont plus ou moins performants.

Il existe différents moyens pour que le *spamer* ne soit pas informé que le message est arrivé à destination. Sur le site Internet du journal, il ne faut pas mettre les adresses en clair, mais que le Webmaster en fasse une image, avec, derrière, dans le code source, un script que les outils automatiques, qui parcourent le Web à la recherche des adresses email, ne puissent pas lire. Il faut aussi éviter d'envoyer des copies ouvertes à beaucoup de gens. Lorsque l'on va sur des forums, mieux vaut avoir deux comptes, dont l'un plus professionnel.

M I C H A Ë L P R O N I E R : La loi sur la confiance dans l'économie numérique produit ses premiers effets. Il faut espérer qu'elle contribue à changer les mentalités mais, pour l'instant, elle ne prévoit pas de sanctions, donc on peut avoir quelques doutes.