

# Information et réseaux : à nouvelles technologies, vieilles techniques

Catherine Joulain  
et Bertrand Labasse

*Sciences Presse  
Groupe d'études sur la vulgarisation  
et l'information*

L'enthousiasme et la méfiance que suscitent les réseaux électroniques sont probablement amplifiés par l'idée que ces réseaux confrontent leurs utilisateurs à des situations radicalement nouvelles. Un rapide examen de certaines de ces situations et des risques qui leur sont associés conduit toutefois à relativiser ce caractère de nouveauté, et à estimer qu'Internet renvoie simplement le journalisme à ses principes fondamentaux.

Une figure remarquable hante les tragédies antiques et les mythologies : celle du messager étrange, venu délivrer aux mortels un avertissement obscur ou un ordre des dieux. Surgi de nulle part, indifférent à l'action, il n'existait que par le message qu'il transmettait, sans jamais se soucier d'établir son authenticité. La modernité avait eu raison des *Deus ex machina*. La technologie les ressuscite, et les filins, que l'on se donnait tant de mal à cacher sur scène, sont aujourd'hui bien visibles, entre l'ordinateur et la prise téléphonique. A quelques millénaires de distance, Internet, le déjà mythique, n'a rien perdu de cette ambiguïté originelle. Ni bon ni mauvais (ou peut être les deux), incontrôlable et omniscient, il ne peut que désespérer les professionnels des "anciennes" (?) technologies de l'information.

Les questions qu'il pose et les chausse-trappes qu'il dispose sont trop nombreuses pour être toutes évoquées ici. Mais il est possible d'en distinguer quelques-unes en observant quatre des apparences que le nouveau mythe aime à revêtir pour descendre parmi les hommes en général, et les journalistes en particulier. A travers cette brève galerie de portraits, on se demandera si les différents problèmes posés sont intrinsèquement (qualitativement) propres aux réseaux élec-

troniques ou si ces derniers ne font qu'amplifier (quantitativement) des situations classiques du journalisme. On ne saurait, en effet, trop se méfier de la capacité d'un outil "nouveau" à susciter des analyses prophétiques, enthousiastes ou terrifiantes. Il serait aujourd'hui salutaire de verser au dossier, à titre de référence, les livres poussiéreux, les rapports jaunis et les débats oubliés qu'avait inspirés la "révolution" du minitel.

## Le documentaliste universel

Pour le non-initié comme pour le "cyber-journaliste" confirmé (néologisme inquiétant, où l'homme et le robot fusionnent), Internet est d'abord un colossal gisement d'informations, 40 millions de pages selon une estimation minimale et déjà ancienne (Grevisse & Guyot, 1996), toutes accessibles – théoriquement – en quelques secondes, et prêtes – en principe – à répondre sur tout. D'un point de vue pratique, on peut trouver deux grands types d'utilisations à cette montagne d'électrons.

Le premier relève de l'enquête, c'est-à-dire de la production d'informations publiques à partir d'informations peu accessibles ou, plus souvent, non rapprochées. C'est, par exemple, le cas d'un reporter canadien qui, en recoupant des données en ligne, et en posant des questions dans des listes de discussion (*newsgroups*), avait démontré une erreur d'anesthésie, alors qu'un juge venait de classer l'affaire. Comme le note Angelo Agostini (1997), qui rapporte cet exemple, « faite à la main, la même enquête aurait coûté cher et surtout duré beaucoup trop longtemps. Grâce aux réseaux, en 24 heures et pour 50 dollars, le tour était joué ». On voit ici que la différence n'est pas dans la pratique, mais dans le fait que celle-ci est largement – peut-être trop – accélérée. Internet n'invente pas une nouvelle investigation : il la démocratise et, ce faisant, la rend envisageable pour de "petites" enquêtes. En revanche, il comporte aussi un risque : la consultation d'un site Web y laisse des traces, telles que l'adresse électronique du visiteur, sa configuration technique, sa provenance et les dossiers qu'il a consultés. Les responsables de la structure explorée pourraient être ravis d'apprendre qu'Albert-Londres @journal.fr, s'intéresse à leurs petites affaires. Des techniques se développent pour préserver l'anonymat des utilisateurs (Boyan, 1997), mais la mise en place d'une page servant de "sonnette d'alarme" demeurera toujours possible.

**« Internet est d'abord un colossal gisement d'informations »**

Le second mode d'utilisation relève de la documentation d'arrière-plan (*background*). C'est peut-être là qu'Internet se montre le plus précieux. Les rapports du Sénat sur tel ou tel problème de société, les connaissances actuelles dans un domaine scientifique particulier, les données économiques précises sur un secteur d'activité ou une entreprise sont autant d'éléments qui permettent soit de mieux cadrer un article en prenant plus de recul, soit de percevoir une réalité différente de celle que décrivait la source interviewée, soit enfin de remplacer des

indications vagues, donc banales, par des informations précises et complètes. Internet est en effet un remarquable générateur d'encadrés. Lors du décès de François Mitterrand, un site américain destiné aux journalistes avait par exemple rassemblé des liens renvoyant non seulement à l'actualité et l'histoire politique françaises, mais aussi, sans délicatesse excessive... à des sites médicaux consacrés au cancer de la prostate (Berger, 1996).

Qu'il s'agisse d'enquête ou de documentation d'arrière-plan, la question qui vient immédiatement à l'esprit est celle de la fiabilité des sources. C'est d'ailleurs pourquoi nous ne l'évoquerons qu'à la fin de ce bref exposé. Un autre problème, moins aigu mais plus difficile à résoudre, est celui de la profusion. Les

**« la question qui vient immédiatement à l'esprit est celle de la fiabilité des sources »**

communicateurs habiles savent que le meilleur moyen de berner un journaliste est de l'enfouir sous les informations. De ce point de vue, Internet constitue un réel progrès : nous sommes dorénavant capables de nous berner nous-mêmes. Notamment en perdant du temps, tout en étant convaincus d'en gagner. Lors d'une récente recherche, un membre de notre équipe a ramené plusieurs centaines de pages de documents pertinents, ce qui faisait beaucoup à consulter, et, ensuite, beaucoup de choix déchirants, surtout pour un article assez court. Ayant commencé son travail candide – nous le sommes tous au départ – il l'a achevé frustré. Et épuisé. A l'inverse, il n'est pas rare de se perdre plusieurs heures dans les arborescences du Web pour finalement rentrer bredouille, quand un simple coup de téléphone d'humain à humain aurait pu facilement résoudre la question. Ces noyades informationnelles – que les psychologues anglo-saxons désignent sous le nom d'*information overload* ou *information fatigue syndrome* – sont devenues fréquentes et peuvent, à la limite, paralyser toute activité intellectuelle.

Or, il n'y a, le plus souvent, aucun moyen de savoir a priori si ce que l'on cherche existe quelque part en ligne. La question n'est pas seulement d'apprendre à trouver des mots-clés : pour cela, Internet se charge de dresser rapidement ses utilisateurs. Ce qui est plus délicat, c'est d'apprendre à penser sa pratique, c'est-à-dire à conserver un jugement extérieur (une attitude métacognitive) sur la recherche en cours. Il faut avoir conscience d'opérer plusieurs arbitrages coût-bénéfice, notamment en termes de temps – paradoxalement, un journaliste expérimenté renoncera beaucoup plus vite qu'un novice – et de précision : choisir tel mot-clef plutôt que tel autre, c'est tout simplement choisir entre le risque de rater la page importante et celui de s'éparpiller.

Enfin, et c'est peut être le plus important en terme d'éthique, il faut toujours garder à l'esprit le fait qu'Internet n'est que le miroir de nos présupposés. Si nous cherchons, par exemple, à constituer un dossier sur le Web et l'école en France, nous commencerons par utiliser des descripteurs vagues comme "Internet" et "éducation". Réponse : 1,5 million de pages ! Il nous faudra donc préciser ce que nous cherchons, et nous ajouterons un terme comme "retard". Pourquoi retard ? Parce que nous avons le sentiment que la France est en retard sur ce point. Et

le Web, aimablement, renforcera cette impression<sup>1</sup> en nous fournissant autant d'arguments que nous pouvions en rêver. Mais si nous avions plutôt essayé "succès", le résultat aurait été différent... L'exemple est généralisable à n'importe quel sujet : en recherchant par exemple "mineurs" + "drogue", on opère une sélection qui, par l'effet de masse des documents trouvés, peut se substituer insidieusement à la réalité. Le risque est classique (voir l'exemple du sida, dont l'importance médiatique est notoirement supérieure à l'incidence sur la santé publique), mais il pourrait être fortement amplifié par Internet. D'un autre côté, ce dernier peut également permettre à des voix discordantes de se faire entendre plus facilement.

## L'informatrice intarissable

Le journaliste a une nouvelle boîte aux lettres, et celle-ci ne désemplit pas. Si l'on en croit une étude commanditée tous les ans par une société de relations publiques (Ross & Middleberg, 1997), les idées de sujets des journalistes américains leur viendraient dans 7% des cas d'Internet, et en particulier d'e-mails (4%). Un chiffre bien modeste rapporté au nombre de messages reçus. Il n'a fallu que quelques mois pour que notre rédaction reçoive à peu près autant d'envois électroniques que de documents habituels, papier et fax réunis. Les messages sont plus facilement ouverts – un double-clic vaut mieux qu'un coupe-papier –, plus facilement archivables... ou passent plus rapidement à la poubelle. Mais sont-ils réellement différents ? Un peu : la plupart sont pires, mais beaucoup sont meilleurs.

Les pires d'abord. Nous avons toujours eu notre lot de fâcheux : inventeurs délirants, défenseurs de causes obscures, associations désespérément banales et boutiquiers trop enthousiastes. Mais une bonne partie de cette horde de communicants potentiels était heureusement retenue par la difficulté minimale que constitue la rédaction d'un communiqué, sa reproduction, son affranchissement et, surtout la gestion des adresses. De ce fait, il fallait, en général, avoir quelque chose à dire pour l'exprimer. La situation a commencé à se dégrader avec le fax. Mais Internet est en train de réaliser une terrible conquête : la démocratisation du communiqué de presse. Les expéditeurs de documents papiers tentaient plus ou moins de cibler leurs destinataires. L'e-mail favorise au contraire une stratégie de diffusion la plus large possible (ce qu'on appelle un *spam*), qui, après tout, ne coûte rien. Copier-coller une liste d'adresses électroniques, ou s'insérer dans un groupe de discussion, et taper quelques phrases, tout le monde peut le faire. Et tout le monde le fait. Généralement mal : curieusement, l'e-mail ne semble pas susciter le respect qui s'attachait à la chose écrite, peut-être, comme le note I-Chin Chang (1997), parce qu'il efface la différence entre le mode oral et le mode écrit (il est vrai qu'il marie un clavier et une ligne téléphonique). Les mots affluent donc. Entre les commerciaux envahissants et les dénonciateurs d'improbables scandales peut se nichier une vraie information : on hésite donc à jeter sans lire, quitte à lire n'importe quoi. Le phénomène s'ajoute à la surabondance contemporaine des messages de

toutes sortes (papier, téléphone), qui ne guette d'ailleurs pas que les journalistes (Rosen, 1997). En outre, et c'est plus ennuyeux, les rares "bons" informateurs, qui ne s'adressaient souvent qu'à un seul journal, sèment dorénavant leurs scoops à tous vents, ce qui, évidemment gâche tout. La petite enveloppe timide où se nichait un gros coup disparaît lentement de nos fantasmes. En revanche, le document ignoble conserve toute sa vigueur sur les réseaux. Le dernier en date émanait de nazillons particulièrement stupides : ils utilisaient une vraie adresse électronique.

**« il n'est pas très difficile d'envoyer une lettre anonyme sur Internet »** Leur serveur d'hébergement (*provider*), que nous avons contacté, a engagé des poursuites. Mais plus souvent, les personnages de ce genre utilisent sous un faux nom des adresses gratuites qu'ils abandonnent après usage : contrairement à ce qu'on

pourrait penser, il n'est pas très difficile d'envoyer une lettre anonyme sur Internet.

Les meilleurs ensuite. Un journaliste – ou une rédaction – tirant vraiment parti des possibilités d'Internet n'aura jamais été aussi bien informé dans les domaines qui l'intéressent. Les groupes de discussion, en particulier, constituent une extraordinaire source de renseignements. Il est, certes, assez rare d'y découvrir un scoop majeur, comme celui du journaliste informatique Alexander Wolfe, qui repéra le message d'un chercheur indiquant un défaut dans les microprocesseurs Pentium. Mais il est en revanche facile d'y joindre des spécialistes de n'importe quel thème, de la philologie au rap. Moins, d'ailleurs, pour recueillir des faits, toujours sujets à caution, que pour s'initier aux différents aspects du sujet traité, et découvrir les polémiques internes qu'il peut susciter. On pourrait, certes, obtenir le même résultat de façon classique, mais en dépensant nettement plus d'énergie.

Cette "mine d'or" (selon Berger, op. cit., qui décrit une longue liste d'utilisations possibles), peut aussi être exploitée de façon industrielle, notamment grâce à des services (*news filtering*) permettant de surveiller dans différents groupes l'arrivée de messages comportant tel ou tel mot. De façon plus routinière, mais plus fiable, les serveurs de communiqués officiels sont également très précieux pour couvrir une rubrique ou un domaine spécialisé. Leur utilisation demande un certain investissement de départ : chercher systématiquement les sources pertinentes sur le réseau (fédérations professionnelles, structures gouvernementales ou privées, publications électroniques, etc.), s'inscrire sur leurs listes de diffusion, puis résilier les souscriptions qui s'avèrent inintéressantes. Mais avec un peu de méthode, les informations affluent, et cet investissement est beaucoup moins lourd que l'entretien des contacts traditionnels, qu'il ne remplace d'ailleurs pas. D'autant que ce ne sont généralement pas les mêmes. Les organismes français étant spectaculairement absents de ce mode de diffusion, les nouveaux interlocuteurs sont pour la plupart anglo-saxons. Nous avons en outre observé qu'il n'y avait pratiquement aucun doublon entre les informations arrivant dans notre rédaction sur support papier et les communiqués électroniques. Là encore, Internet n'apporte pas de transformation fondamentale – les informations ne sont pas de nature foncièrement différente – mais il constitue un amplificateur spectaculaire.

On peut, en revanche, distinguer une évolution beaucoup plus profonde, et encore mal perçue, dans la structure de diffusion des communiqués de presse. Le schéma traditionnel passait en général par un intermédiaire, l'attaché de presse (interne ou externe), crédité d'une compétence de fond. Il était censé connaître les journalistes et leurs attentes, pour assurer, dans une certaine mesure, l'adéquation du message. Or, dans bien des cas, les intermédiaires électroniques sont essentiellement des facilitateurs techniques. Certains ne sont que des "re-routeurs" de messages dont le contenu leur est totalement étranger. D'autres se contentent apparemment d'une rapide mise en forme. L'un d'eux nous a adressé près de mille communiqués en six mois ! La curieuse relation de confiance-déficience qui s'établissait avec un attaché de presse traditionnel disparaît ainsi derrière le masque indéchiffrable du "transmetteur d'informations".

Une autre transformation se dessine. Chacun sait, ou sent, qu'Internet menace la presse dans son quasi-monopole de diffusion des informations (Labasse, 1997 ; Hume, 1995). Mais on se rend parfois moins compte qu'il remet également en cause une autre prérogative de fait du journalisme, cette fois en amont : l'accès aux sources d'information. La presse était jusqu'à présent le destinataire quasi exclusif des communiqués, dossiers, rapports, et autres documents dont on fait les nouvelles. Ce modeste privilège garantissait son rôle d'intermédiaire entre les émetteurs et les destinataires réels, c'est-à-dire le public. Mais les choses changent : sur les sites d'entreprises ou d'institutions, la section "informations presse" est en réalité ouverte à tout visiteur. C'est par exemple le cas sur EurekAlert, un important serveur de communiqués destiné aux journalistes scientifiques, dont seuls quelques textes sous embargo sont réservés aux professionnels accrédités. Il en va de même pour l'information économique : il

n'est pas rare que les lecteurs puissent trouver sur le site d'une société cotée le document qui a permis aux journalistes de rédiger un écho financier. Si la profession, en réalité assez peu corporatiste, mettait autant de soin que les médecins ou les avocats à défendre collectivement ses intérêts, elle aurait avantage à faire respecter sa spécificité dans l'accès aux sources, dont la banalisation entraîne sa propre banalisation<sup>2</sup>.

**« chacun sent qu'Internet menace la presse dans son quasi-monopole de diffusion des informations »**

## **Le messenger parfait**

Depuis ses origines, la presse entretient un rapport étroit – un rapport de sujétion – avec les moyens de communication. Les gazettes ne sont pas seulement nées de l'essor de l'imprimerie mais aussi de celui de la poste, par laquelle arrivaient et repartaient les nouvelles. D'où des titres comme *Le Courrier de...*, *Les Dépêches de...*, et, dans les pays anglo-saxons, les nombreux quotidiens en *Post* ou *Mail*. Avec le télégraphe – *Daily telegraph*, *Télégramme de Brest...* – le rythme de l'actualité a brusquement changé, et la sujétion technique s'est faite plus pesante. On se souvient du fameux coup de Gettysburg : un reporter avisé s'était, dit-on,

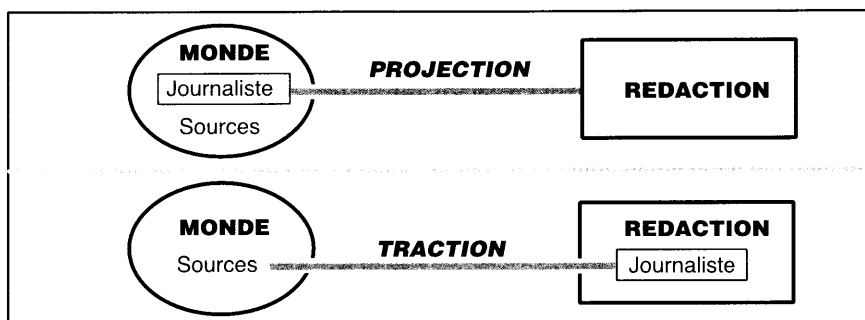
assuré l'exclusivité du compte rendu de la bataille où se décidait l'issue de la Guerre de sécession, en monopolisant le télégraphe local, à qui il faisait inlassablement émettre des versets de la Bible. Son scoop ne devait rien à son talent d'enquêteur... mais tout à son habileté dans l'utilisation d'un nouvel outil de communication. Plus généralement, le fameux moule stylistique anglo-saxon – la construction en pyramide inversée et la loi des cinq W – nous viendrait, lui aussi, du télégraphe : pour se prémunir contre ses coupures, alors incessantes, les reporters avaient pour consigne de câbler en priorité les éléments essentiels de l'information.

Mais le lien entre le journalisme et les outils de communication qu'il met en œuvre n'est pas seulement technique, il est aussi symbolique : au début du siècle, les salles des nouvelles des grands quotidiens étaient situées de plain-pied sur la rue, et ouvertes au public qui venait admirer de visu la puissance de ses journaux en observant le flot incessant des informations arrivant du monde entier. Autant, ou plus, que les rotatives, les transmissions étaient devenues un étendard de la presse.

Du fait même de ce lien étroit entre les journaux et leurs outils de communication, on peut s'attendre à ce que la transformation de ceux-ci exerce une influence profonde sur ceux-là. Toutefois il convient, là encore, de distinguer le simple effet facilitateur et les facteurs de mutations plus profondes. Les journalistes qui exerçaient il y a une quinzaine d'années se souviennent sans doute de la "révolution" qu'a constitué l'arrivée du télécopieur. Mais avec le recul, celle-ci semble n'avoir eu d'autre effet que de réduire – mais non d'éliminer – la modeste catégorie des sténographes de presse : 320 titulaires (1,8% de la profession) en 1981 contre 187 (0,7%) en 1994.

Internet, messenger plus rapide, plus souple et plus efficace que tout autre avant lui, est évidemment un prodigieux facilitateur. Est-il autre chose ? Il serait téméraire de trop s'avancer, mais on peut noter deux points. D'une part, à l'instar des ordinateurs personnels, il est généralisé et polyvalent, ce qui l'oppose qualitativement aux dinosaures technologiques que sont les outils professionnels/spécialisés, comme les télex et les bélinos, et même aux outils généralisés/spécialisés comme le téléphone (son) et le fax (texte). D'autre part, et surtout, il renforce insidieusement un nouveau modèle d'interface journalistique avec le monde.

Dans le modèle classique, celui du télégraphe et des sténos de presse, le journal lançait des pseudopodes – correspondants, envoyés spéciaux, reporters – et les moyens de communication ne formaient qu'un lien organique, une sorte de cordon ombilical, entre le journaliste et le journal. Internet, en revanche, est par nature un instrument de repli physique par rapport au monde. Bien qu'il puisse naturellement être utilisé entre un journaliste et son journal, il tend à constituer une alternative au déplacement, ce qui rend l'information à la fois moins onéreuse... et plus vulnérable. Il n'est d'ailleurs pas le premier : le téléphone constitue déjà, et depuis longtemps, une alternative au reportage de terrain.



Deux modèles de base de l'interface journalisme - monde extérieur

Toutefois, les réseaux semblent bien destinés à accroître cette tendance au fur et à mesure que le taux d'équipement et les usages effectifs se développeront. Tout dépendra évidemment de leurs développements futurs, mais il est d'ores et déjà possible d'effectuer des enquêtes complètes aux États-Unis, qu'il s'agisse de sujets de société ou de questions économiques ou technologiques, en n'utilisant qu'un ordinateur et un modem. On a également vu une grande firme pharmaceutique tenir sur le Web la conférence de presse de lancement d'un médicament, y compris les séances de questions-réponses. Il ne s'agissait d'ailleurs pas d'un choix mais d'une nécessité : une tempête de neige ayant paralysé durablement les aéroports, le modèle classique (la projection physique) était tout simplement exclu. A posteriori, les responsables de l'opération se sont déclarés ravis. Internet menace peut-être aussi nos petits-fours.

On peut néanmoins douter qu'une telle solution serait aujourd'hui possible en France, où l'utilisation de cet outil par les journaux est encore balbutiante, comme nous avons dû le constater nous-mêmes. Pour Sciences Presse, une première étape a consisté à permettre la consultation en ligne des reportages photos, ce qui a très bien fonctionné. En revanche, nous avons découvert, lorsque nous avons proposé d'envoyer par le réseau les photos choisies, que la plupart de nos interlocuteurs ne pouvaient pas utiliser ce service, parfois pour une raison toute simple : la taille des messages que leur système pouvait accepter (de l'ordre de 100 Ko) était bien trop petite pour recevoir des images en haute résolution, même fortement compressées. Il s'agit pourtant de magazines importants, très professionnels et grands consommateurs d'images... Le messenger est certes "parfait", mais ses destinataires n'en ont pas forcément besoin pour le moment.

Ses possibilités n'en demeurent pas moins impressionnantes. Dans le cas de *Recherche & Industrie*, un mensuel que nous éditons, le journal n'est pas seulement alimenté largement par Internet (tant en "projection" : correspondants et pigistes, qu'en "traction" : la page internationale est réalisée exclusivement à partir de serveurs étrangers officiels ou fiabilisés), il est aussi envoyé à l'imprimeur, distant de plus de 100 km, par le réseau. De façon plus



générale, les abonnements et les facturations sont les deux seuls types de communication avec l'extérieur où Internet ne se soit pas encore immiscé (sans compter, évidemment, l'envoi postal du journal).

### **Le témoin douteux**

Reste, bien entendu, l'aspect le plus ostensiblement problématique d'Internet : la fiabilité très inégale des informations qu'il dispense. On a pu voir des journalistes expérimentés se ridiculiser en exploitant des documents fantaisistes, la palme revenant – à ce jour – à la publication à la Une de *France-Soir* d'une photographie censée représenter l'accident de la princesse Diana. Mais cette image était si manifestement fautive (uniformes de pompiers étrangers...) qu'il paraît très douteux que le quotidien ait pu sérieusement croire en son authenticité. Internet trompe d'abord ceux qui ont envie de l'être. Là encore, on peut se demander si la donne a réellement changé avec les réseaux électroniques.

Un autre exemple, également célèbre, permettra de voir que la réponse ne va pas de soi. En novembre 1996, Pierre Salinger, journaliste dont le professionnalisme n'est guère contesté, a dû reconnaître publiquement qu'un document "exclusif" sur lequel se fondait sa thèse (le vol 800 de la TWA abattu par un missile de l'US Navy) était en réalité très douteux. Pierre Salinger ne fait pas ses courses sur le Web : le document lui avait, paraît-il, été remis par un membre des services secrets. En l'occurrence, c'est sa cyber-inculture qui l'a perdu. S'il avait essayé Internet, il aurait sans doute découvert que sa fameuse preuve y circulait depuis près de deux mois, et ne valait pas grand chose.

**« Internet trompe d'abord ceux qui ont envie de l'être »**

L'intéressant est que la même information, trouvée sur le Net, paraissait *ipso facto* plus suspecte que reçue par d'autres moyens. Ainsi, Internet pourrait-il, contre toute attente, constituer un apport très précieux. Précisément parce que tout

document virtuel incite à une grande méfiance, l'utilisation des réseaux peut en effet contribuer à réveiller ou à entretenir une salutaire vigilance professionnelle. Stan Ketterer (1997) estime que chaque rédaction devrait établir des normes internes d'utilisation des données électroniques (les journaux américains disposent généralement déjà de chartes pour les informations classiques), mais il remarque en même temps que celle qu'il a préparée pour le *Columbia Missourian*, et qui est disponible sur la page d'orientation de sa rédaction, est très peu consultée. Peut-être parce que le Web n'est pas un terrain de reportage si spécifique que cela. En revanche, ce fatras d'informations livrées sans aucune garantie constitue une bonne occasion pour s'interroger sur l'ensemble des heuristiques (les processus informels) par lesquels nous évaluons implicitement la valeur d'une source quelconque. Comme le remarque plus globalement Katherine Fulton (1996) « du côté positif, les évolutions technologiques obligent les journalistes à réexaminer ce qu'ils font et pourquoi ils le font ».

Il convient notamment de distinguer clairement des notions telles qu'authenticité, crédibilité et fiabilité. Dans le premier cas (sources non authentiques) se trouvent en particulier les clones de sites officiels. La plupart du temps, la confusion n'est guère possible. Les pulpeuses créatures de [www.whitehouse.com] n'ont rien à voir avec celles qui hantent les couloirs de la Maison Blanche [www.whitehouse.gov], et [www.elysee.org], malgré sa parfaite similitude graphique avec le site de la présidence de la République [www.elysee.fr] ne peut tromper qu'un internaute particulièrement distrait. Il arrive même que la ressemblance des noms soit totalement fortuite (et assez comique) : [www.edf.org] ne renvoie pas à notre opérateur national [http://www.edf.fr], mais à l'Environmental Defense Fund, une importante organisation américaine dont les vues sur la politique énergétique sont assez différentes de celles d'EDF. Là encore, la confusion est difficile. En revanche, les candidats à la dernière campagne présidentielle américaine ont vu fleurir (et peut-être suscité) des serveurs pirates beaucoup moins innocents. Le risque d'une tromperie volontaire, délicate à déceler, existe bien. Le plus souvent, le suffixe (*ou top level domain* ; TLD) des adresses de site permet de se faire une première idée de leur authenticité<sup>3</sup>. Toutefois, la connaissance des TLD ne procure qu'un avantage limité. Les suffixes généralistes, comme [.com], [.net] et [.org] n'offrent aucune indication sur le sérieux du site correspondant. Ainsi l'information, diffusée cet été par le serveur [www.tass.net], selon laquelle l'ex-dictateur Pol Pot avait trouvé l'asile politique en Suède, était-elle particulièrement difficile à démonter, pour qui ignorait que l'agence russe, de son vrai nom Itar-Tass, se trouvait à [www.itar-tass.com]. Le piège était bien tendu : le leurre paraissait même graphiquement plus plausible que le site réel. On trouve l'équivalent de ces imitations abusives dans le monde non virtuel, par exemple dans le parasitage d'une organisation, d'une cause humanitaire ou d'une marque commerciale. Mais ces faux-semblants, plus délicats à mettre en place et juridiquement plus dangereux qu'une simple page Web, laissent en général transparaître leur motivation réelle, alors qu'un site factice peut être créé pour le simple plaisir du canular.

Une autre source d'erreur, qui ne menace guère que les novices, consiste à étendre la crédibilité institutionnelle d'un site au contenu de ses sous-domaines. Or les serveurs les plus académiques regorgent de théories farfelues, des complots martiens à la parapsychologie. Nombreux sont en effet les organismes, en particulier les universités, qui hébergent des pages personnelles – salariés, étudiants, membres – sans que celles-ci ne les engagent en rien. C'est en fait l'équivalent électronique de structures qui laisseraient leur papier à en-tête à la disposition de tout un chacun. Mais si le coup est presque imparable lorsque le support est physique (détournement de feuilles logotypées), un réflexe de base suffit pour s'en prémunir sur Internet. Il consiste, comme tout utilisateur averti le

**« les évolutions technologiques obligent les journalistes à réexaminer ce qu'ils font et pourquoi ils le font »**

sait, à jouer aux poupées russes en remontant systématiquement jusqu'à la racine du site. Si ce dernier est un simple fournisseur d'accès, ou une adresse IP constituée exclusivement d'une suite de chiffres, le visiteur saura à quoi s'en tenir. Sinon, le fait de parcourir l'arborescence des dossiers et sous-dossiers lui permettra en général d'évaluer le caractère plus ou moins officiel de la page consultée. Pour le reste, rien n'a changé : les pseudo comités et autres coalitions ne réunissant guère qu'une poignée de fondateurs fleurissent sur le Net comme

« *les serveurs les plus académiques  
regorgent de théories farfelues* »

ailleurs. Reddick (1997) remarque qu'un individu intitulant un site "mouvement des scientifiques pour la colonisation de l'espace" et le remplissant de documents d'allure scientifique finira un jour ou l'autre par être pris au sérieux par un journaliste pressé ou négligent. Mais le contenu de nos corbeilles à papier – et parfois de nos colonnes – montre que les problèmes de représentativité n'ont pas attendu l'âge du virtuel pour se poser avec insistance.

Enfin, un site peut fréquemment être "authentique" et d'origine relativement "crédible", c'est-à-dire dépendre effectivement du responsable annoncé, sans que son contenu soit pour autant valide. Guy Berger (op. cit.) rapporte par exemple le cas d'un journaliste du *Miami Herald* qui, recherchant le fameux discours de Martin Luther King (« *I have a dream* »), se rendit compte que le document qu'il consultait était une version remaniée du texte original, visant à le rendre plus politiquement correct. Si le responsable est de mauvaise foi, la situation ne diffère en rien des problèmes traditionnels de recoupement des informations. La – relative – nouveauté d'Internet réside, en revanche, dans le développement prodigieux des "bobards" de bonne foi, et concordants. La faute en incombe à la dilution des informations et à la multiplication des intermédiaires, plus ou moins qualifiés et plus ou moins rigoureux, entre la source première et le document visité. Cet été, par exemple, une recherche sur la fortune de Bill Gates aurait pu nous conduire à affirmer qu'il était l'homme le plus riche de la planète, sur la foi de nombreuses pages d'apparence assez sérieuse, qui citaient le classement du magazine financier *Forbes*. Ce que ces pages oubliaient de préciser, c'était que *Forbes* ne tient pas compte de la fortune des souverains : en l'occurrence, l'homme le plus riche du monde était alors le sultan de Brunei (Gates l'aurait dépassé depuis). Avant les réseaux, les journalistes travaillaient en général sur des documents de première ou de seconde main. Avec Internet, il devient très difficile d'évaluer par quel bouche-à-oreille électronique l'information finit par leur arriver. D'autant que le Web, sournois, compense son manque de fiabilité par la profusion des témoignages similaires. Là encore, l'effet de masse constitue une dangereuse séduction, à laquelle il est difficile de résister : sur Internet, une information peut être recoupée dix fois sans gagner une once de véracité.

Face à tant d'incertitudes, les écoles de journalisme américaines ont été les premières à développer le concept de *computer assisted research* (CAR), censé constituer une matière autonome<sup>4</sup>, ce qui implique naturellement l'existence de

savoirs spécifiques. Cette réaction est logique si l'on estime, comme Grevisse & Guyot (op. cit.) que « *si la fonction de recherche de l'information assistée par ordinateur [...] était déjà au point et maîtrisée, aucun journaliste ne serait tombé dans ce piège* »<sup>5</sup>. On peut toutefois se demander en quoi l'utilisation d'Internet réclame des techniques si particulières qu'elles ne puissent s'acquérir en quelques heures de pratique. Que faudrait-il, au juste, mettre au point qui ne résulte pas déjà des normes journalistiques traditionnelles (parfois négligées ou mal formalisées, il est vrai), voire du simple bon sens ? Après tout peu importe. Tant que la fascination provoquée par les nouveaux tuyaux de l'information aiguillonnera la réflexion, elle profitera à tout le journalisme.

Au vu de ces divers exemples, on comprend que la question du caractère radicalement nouveau de l'information par les réseaux n'admet pas de réponse globale. En termes d'interface entre la presse et "le reste du monde", l'intermédiaire électronique semble en mesure de modifier un grand nombre de schémas traditionnels, tant sur le plan symbolique (l'image interne et externe du journalisme) que relationnel (le rapport aux sources). D'autre part, il s'inscrit dès à présent parmi les outils journalistiques de base, que nul ne peut se permettre de négliger. Mais du strict point de vue de la pratique, il est très significatif de noter qu'aucune de ses particularités ne constitue réellement un défi méthodologique nouveau [6] : les problèmes que pose Internet sont de ceux que tout bon journaliste devrait normalement être à même d'affronter. A quelques exceptions près, comme la question de la "traçabilité" des accès électroniques et celle de la surabondance documentaire (qui supposent une vigilance particulière), le réseau est avant tout le formidable amplificateur, et l'accélérateur, de possibilités et de risques fort classiques.

A plus long terme, l'enjeu pourrait être ailleurs, et il est sans doute plus important. Internet ne nous demande pas simplement de bien faire notre métier : il nous impose de le faire très bien. En abolissant simultanément le privilège de la diffusion des nouvelles et celui de l'accès aux sources, il fait plus que soumettre les médiateurs traditionnels à la concurrence de multiples communicateurs, improvisés ou intéressés. Il instaure le principe de l'information en libre-service, où chaque citoyen est amené à devenir son propre reporter. Il faudrait donc être bien myope pour récriminer contre les défauts du réseau, ses informations pléthoriques, approximatives, fallacieuses. Elles aideront peut-être les journalistes de demain à « *re-mériter leurs droits* » (Fulton, 1996), à inventer une nouvelle légitimité, qui ne dépendra que de leur capacité à gérer la complexité et la profusion des informations, évaluer leur valeur, leur intérêt et leur donner sens. Mais la règle demeure, qui veut que l'on se méfie des prédictions, y compris de celle-ci. Dans la meilleure tradition antique, le messenger conserve, envers et contre tout, un sourire énigmatique ■

**« si le public ne veut pas de certaines informations, au nom de quoi les lui imposer ? »**

### Notes

1. Impression qui, en l'occurrence, n'est pas fausse... à condition de ne songer qu'aux pays occidentaux.
2. Il faudrait une certaine virtuosité pour justifier une telle prétention en termes de philosophie politique, mais toute corporation peut montrer que son intérêt se confond avec celui du public : si le patient a le droit d'être soigné par un "vrai" médecin, et le justiciable celui d'être conseillé par un "vrai" défenseur, le citoyen et le consommateur ne devraient-ils pas être informés par de "vrais" professionnels ?
3. Rappelons que dans le cas des serveurs américains, [.gov] est la signature d'un site du gouvernement, [.edu] celle d'un établissement d'enseignement supérieur, [.mil] celle de l'armée, [.com] correspond à une entreprise privée, [.org] à une association, et [.net] à une structure liée à l'organisation du réseau (ou à un fournisseur d'accès, ce qui lui ôte toute valeur). Toutefois, les services de type Whois [<http://rs.internic.net/cgi-bin/whois>], liés aux structures attribuant les noms de domaine peuvent permettre d'identifier avec précision le propriétaire d'un site (raison sociale, responsables, adresse, etc.). Pour les serveurs non enregistrés aux États-Unis, la seule information donnée par les TLD était un identifiant de pays ([.fr] : France, [.jp] : Japon, [.uk] : Grande Bretagne, etc.). Mais les choses sont en train de changer, avec l'apparition de plans de nommage plus complexes pour les nouvelles adresses. En France, les sites gouvernementaux s'achèveront désormais par [.gouv.fr], les associations par [.asso.fr], etc. (AFNIC,1997).
4. Ou s'inscrivant dans le cadre plus large du Computer assisted reporting (également "CAR"), qui comprend, en outre, l'utilisation de l'informatique pour traiter des données statistiques ou économiques, gérer une base de données personnelle, etc.
5. Le piège en question étant le fait de reproduire machinalement une dépêche erronée de l'AFP, il reste à démontrer que l'art du reportage virtuel, même poussé dans ses derniers raffinements, aurait empêché qui que ce soit d'y tomber.
6. Etant bien entendu que nous ne parlons ici que de la recherche d'informations sur Internet, et non de la diffusion d'informations par le même truchement.

## Bibliographie

Pour respecter l'ambivalence du thème, nous n'avons mentionné que des documents également accessibles sous forme électronique.

- AGOSTINI, A. (1997). "Le journalisme au défi d'Internet". *Le Monde diplomatique*, oct. 97, 26-27. (<http://monde-diplomatique.fr:md/1997/10/AGOSTINI/9299.html>)
- Association Française pour le Nommage Internet en Coopération (1997). La Charte de nommage de la zone .fr. Rocquencourt : AFNIC. (<http://www.nic.fr/Procdures/nommage.html>).
- BERGER, G. (1996). The Internet : A Goldmine for Editors and Journalists. Communication au World Editors Forum, Washington, May 1996. (<http://journ.ru.ac.za/goldmine.html>)
- BOYAN, J. (1997). "The Anonymizer : Protecting User Privacy on the Web". *Computer-Mediated Communication Magazine*, vol. 4, n°9. (<http://www.december.com/cmc/mag/1997/sep/boyan.html>)
- CHANG, I. C. (1997) "Interviewing and Information in a Digital Age". *Computer-Mediated Communication Magazine*, vol 4, n° 7. (<http://www.december.com/cmc/mag/1997/jul/chang.html>)
- FULTON, K. (1996). "A tour of our uncertain future". *Columbia Journalism Review*, avr.96. (<http://www.wlu.edu/~hsmith/journowl.html>)
- GREVISSE, B., & GUYOT, J.-C.(1996). "Internet le maudit ?" *La lettre de l'observatoire du récit médiatique*, 10. <http://www.comu.ucl.ac.be/orm/lettre/lettre10/Internet.html>
- HUME, E. (1995). *Tabloids, Talk Radio, and the Future of News: Technology's Impact on Journalism* (Washington, D.C.: Annenberg Program - Northwestern University, 1995). (<http://www.annenberg.nwu.edu/pubs/tabloids/default.htm>)
- KETTERER, S. (1997). Ethical Considerations in the Development of Journalistic Guidelines for Web Use. Communication à la conférence Ethics and Technology (Loyola University, Chicago, juin 1997). (<http://www.math.luc.edu/ethics97/papers/Ketterer.txt>)
- LABASSE, B. (1997). "Repenser l'information ? Vieux schémas et nouveaux enjeux". *Les Cahiers du Journalisme*, 3 : 26-35. (<http://www.univ-lyon1.fr/spr/GEV>)
- MOLER, C. (1995). "A tale of two numbers". *Mathlab news & notes* (4e trim 95). (<http://www.mathworks.com/publications/newsletter/win95toc.shtml>)
- REDDICK, R. (1997). "The online journalist". FACS Reporting tools. Los Angeles : Foundation for American Communications. ([http://www.facsnet.org/report\\_tools/online\\_journalist/main.html](http://www.facsnet.org/report_tools/online_journalist/main.html))
- ROSEN, L. (1997). "Smothered by Data Smog". *The National Psychologist*, Juil. 97. (<http://www.csudh.edu/psych/tnp14.html>)
- ROSS, S., & MIDDLEBERG, D. (1997). "The Media in Cyberspace III : a national survey". New York : Middleberg & Associates. (<http://www.mediasource.com/study/CONT.HTM>)