

Intimité numérique : le Truc a fait mouche

Paris, Lyon, Toulouse, Bordeaux... et quelques autres métropoles régionales sont animées par des associations libristes actives et efficaces : réunions régulières, actions de terrain, conférences et rencontres... Mais dans les villes moyennes ça bouge aussi.

À l'ouest par exemple, entre Nantes, Quimper ou Brest, beaucoup de projets et d'initiatives sont déjà en place et parfois depuis longtemps. Mais ce sont les habitants de [Lannion](#) qui ont récemment pu bénéficier d'un premier [Café Vie Privée](#), un événement qui a connu un beau succès (oui, l'évènement était accueilli au Truc café, ça ne s'invente pas...). Bravo aux organisateurs et organisatrices !

Parmi les interventions :

- Vie privée, telle est ma devise ([support de présentation](#))
- Internet – Pour vivre heureux, vivons anonymes ([support de présentation](#))
- Les FAI associatifs ([support de présentation](#))

... et puis il y avait aussi la conférence de Clochix, dont il avait préparé le détail [sur son blog Gribouillis dans les marges](#) et que nous reprenons ici avec son accord.

*Comme il est modeste, il nous signalait ne rien mentionner d'original, et en effet on retrouvera ici des indications et recommandations dont sont familiers les conférenciers libristes. Cependant, il nous a semblé qu'il abordait une question cruciale classique (comment protéger sa vie privée numérique) selon une démarche plus originale : il commence en effet par tracer les contours de notre **intimité numérique***

*avant de définir le « modèle de menace » auquel chacun·e s'expose potentiellement. La liste de ses exemples est assez riche... C'est seulement alors que peuvent venir les **mesures** ou plutôt contre-mesures dont nous pouvons disposer, et pas seulement à titre individuel, en ayant pleine conscience de leurs limites.*

Hygiène et écologisme numérique



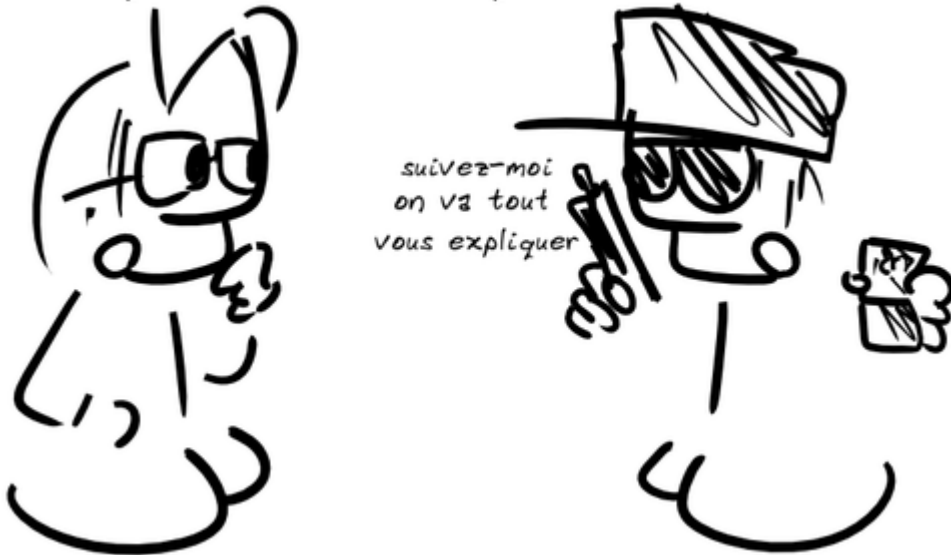
Avatar de
Clochix

Remarque liminaire : je préfère parler plutôt d'**intimité** que de vie privée. On a parfois l'impression que la vie privée ne concerne que les personnes publiques ou les gens qui ont des choses à cacher. En parlant d'intimité, j'espère que davantage de gens se sentent concerné·e·s.

En réfléchissant à ce que j'allais conseiller pour protéger son intimité, je me suis rendu compte que j'abordais le problème à l'envers. Parler de techniques et d'outils pour protéger son intimité n'est que la dernière étape du processus, avant d'en arriver là, il faut d'abord réfléchir à ce que l'on veut protéger et de qui ou quoi on veut le protéger.

Qu'est-ce que l'intimité numérique et pourquoi la protéger ?

C'est quoi l'intimité numérique ?



L'intime est ce qui nous définit en tant qu'individus et motive une grande partie de nos actes.

L'intimité, c'est un endroit où l'on est seul avec soi-même (ou avec un nombre très restreint de personnes en qui on a confiance), et qui nous permet, à l'abri de tout regard, de tout jugement externe, de se construire, d'exister, de prendre des décisions, etc.

L'intimité, ce sont aussi nos rêves, et les carnets où parfois on les note. Ce sont nos projets fous que l'on élabore dans notre tête longtemps avant d'oser en parler à quiconque. Et qui ne pourraient pas naître à la lumière.

L'intimité n'a rien à voir avec des actions illicites.

L'intimité, ce sont aussi des choses sans conséquence mais dont on a un peu honte. Se curer le nez, roter, ce sont des choses que l'on s'autorise lorsqu'on est seul chez soi, mais qu'on peut avoir honte de voir exposer sur la place publique. Imaginez l'inconfort d'être dans une cellule de prison où vous devez faire vos besoins au vu et au su de vos co-détenu·e·s. Être privé·e d'intimité déshumanise, affecte l'image que l'on a de soi.

Dernier exemple de lieu intime : l'isoloir. Il est depuis

longtemps acquis que le secret du vote est important dans une démocratie. Il est vital d'avoir la possibilité que certaines choses restent secrètes.

L'intimité numérique, ce sont toutes les traces de notre intimité sur des outils numériques. C'est naturellement notre correspondance, les informations qui révèlent directement nos pensées intimes. Mais c'est aussi tout ce qui, de manière plus large, permet indirectement, par des recoupements, d'accéder à notre intimité. Nos recherches en ligne, nos achats, nos rendez-vous médicaux, nos errances dans la rue (« *tiens, il fait souvent un détour pour passer dans la rue où habite X, cherche-t-il à lae croiser ?* »). Nos téléphones qui suivent chacune de nos activités permettent de savoir si nous fréquentons un lieu de culte, un local syndical ou un bar, et à quelle fréquence...

L'intimité est un besoin vital pour les humains, en être privé nous prive d'une partie de notre humanité. En être privé, être toujours sous la menace du regard et du jugement d'autrui, c'est perdre la capacité de penser par soi-même, d'exister, de se comporter en tant qu'individu indépendant, autonome. Priver les citoyen·ne·s d'intimité est une des caractéristiques des régimes totalitaires qui cherchent à nier les individualités pour ne gérer que des robots déshumanisés.

Protéger son intimité est donc essentiel. Mais il faut aussi veiller à ce que la société garantisse à chacun et chacune le droit à l'intimité.

Ok, mais de qui ou de quoi faut-il la protéger ?

Les menaces sur notre droit à l'intimité sont très nombreuses, selon les contextes. Attention, il ne faut pas croire que sont uniquement le fait de gens qui cherchent explicitement à nous nuire. En fait, l'essentiel des risques n'est pas lié à la malveillance, mais à la simple utilisation de nos données pour

influencer notre vie. Petite liste non exhaustive :

- votre employeur actuel : pour avoir certaines conversations avec des collègues, mieux vaut éviter d'utiliser les outils internes de l'entreprise ;
- vos futurs employeurs : ceux-ci pourraient apprécier de différentes manières de découvrir sur notre fil Facebook que l'on participe à toutes les journées de grève et applaudit aux actions des syndicats ☐
- vos proches : compagnon ou compagne qui pourrait être blessé·e de découvrir que l'on discute encore avec ses « ex ». Ados ne souhaitant pas que leurs parents écoutent leurs conversations avec leurs potes ou connaissent les sites qu'ils consultent (« pourquoi as-tu fait des recherches sur la contraception ??? ») ;
- le harcèlement : le phénomène est de plus en plus courant, dans les cours de récréation comme parmi les adultes. Si pour une raison quelconque vous devenez la cible de harcèlement, toutes les informations disponibles en ligne sur vous pourront être utilisées contre vous. Votre adresse, pour vous menacer. Vos proches, pour s'en prendre à elleux... Personne n'est à l'abri, et ça peut être très violent ;
- des escrocs : les informations que l'on peut trouver en ligne sur nous peuvent permettre à des escrocs d'usurper notre identité, pour nous faire payer leurs amendes, pour souscrire des services à notre place, pour escroquer nos proches en se faisant passer pour nous, etc ;
- du marketing : plus quelqu'un nous connaît, plus iel sera en mesure d'influencer nos actes, voire nos opinions, par exemple pour nous pousser à acheter une marchandise dont on n'avait pas forcément besoin, ou à voter pour un·e candidat·e dont on n'avait pas forcément besoin ;
- des décisions nous concernant prises en se fondant sur ce que l'on sait ou croit savoir de nous (« gouvernance

algorithmique »). Si vous avez été malade et avez évoqué cette maladie sur Internet, une banque pourra des années plus tard vous refuser un prêt, une assurance pourra vous faire payer des primes supérieures... Imaginez qu'un site collecte l'ensemble de nos rendez-vous médicaux, imaginez le nombre de décisions qui pourraient être prises à notre insu à partir de ces informations par un employeur (« *elle vient de tomber enceinte, ne lui proposons pas de CDI* »), un banquier (« *il consulte un psy donc n'est pas stable, refusons-lui ce prêt* »)...

- de l'état : avoir un aéroport ou une usine chimique qui veut s'installer dans notre jardin, ça peut arriver à tout le monde. Tout le monde peut avoir un jour ou l'autre besoin de devenir ZADiste et de s'organiser contre le pouvoir en place, pas besoin d'habiter en Chine pour cela ;
- ...

Chacun de ces exemples appelle une réponse particulière et certaines réponses sont parfois contradictoires. Par exemple, GMail offre un bon niveau de protection des correspondances contre les attaques de gens de notre entourage, employeur, conjoint·e, etc. En revanche, il sera obligé de répondre aux demandes de la justice. Héberger ses courriels chez des potes peut-être une bonne idée si on participe à une ZAD. Par contre selon leurs compétences en informatique, la sécurité sera peut-être moindre. Et en cas d'embrouille avec elleux, iels pourraient accéder à nos informations.

Donner de fausses informations en ligne peut relativement nous protéger des tentatives d'influencer nos actes. Mais peut aussi nous nuire le jour où des décisions nous concernant seront prises en se basant sur ces informations.

Et pour protéger son intimité, il faut adopter quelques règles d'hygiène. Mais pour cela il faut d'abord définir son « modèle de menace », c'est à dire ce qui selon vous menace le plus votre intimité, afin de choisir des solutions qui répondent à

vos besoins.

Hygiène pour vous... et pour les autres

L'hygiène n'est pas qu'une pratique égoïste. On ne se lave pas les mains juste pour éviter de tomber malade, mais aussi pour éviter de contaminer les autres. Il en va de même pour l'hygiène numérique. Même si vous ne vous sentez pas concerné·e, peut-être aurez-vous envie d'adopter certaines règles d'hygiène par respect ou affection pour vos proches qui se sentent concerné. Par exemple, si vous permettez à une application ou un site Web d'accéder à votre carnet d'adresse, vous divulguez sans leur consentement des données personnelles sur vos proches. Si un·e ami·e m'a référencé dans son répertoire téléphonique en tant que Clochix et un·e autre en tant que *Papa-de-XXXX*, un site accédant à ces deux répertoires pourra faire le lien entre mes différentes identités et anéantir les efforts que je fais pour me protéger.

Si vous mettez en ligne des photos de vos proches, vous perdez le contrôle sur ces photos et ne savez pas quels usages pourront en être faits demain.

Avoir de l'hygiène, c'est donc aussi protéger ses proches, ses collègues...

De l'hygiène individuelle à l'écologisme

Parmi les risques évoqués plus haut, certains nous concernent directement. D'autres affectent plus globalement la société dans son ensemble, par exemple lorsque nos informations sont utilisées à grande échelle pour influencer nos votes. Il est possible que les élections d'Obama et de Trump, entre autres, aient été influencées par des outils se basant sur la masse d'informations que nous laissons en ligne.

La surveillance de masse, qu'elle soit réelle ou supposée, nous pousse à l'auto-censure. Est-ce que si je cherche « Daesh » sur Internet, je ne vais pas devenir suspect ? Est-

ce qu'une opinion exprimée aujourd'hui sur Twitter dans un certain contexte ne pourra pas être exhumée demain, dans un autre contexte, et me nuire ? Tout cela pousse à l'auto-censure et sclérose peu à peu le débat démocratique.

Un autre risque est ce que l'on appelle les bulles de filtres, même si leur existence fait débat. Une bulle de filtres, c'est lorsque tous les sites que nous consultons détectent les informations qui nous plaisent et ne nous affichent plus que celles-ci. Cela nous donne du monde une vision biaisée.

Ces enjeux dépassent donc largement nos situations individuelles.

Lorsqu'on parle d'hygiène, on pense d'abord à des mesures de protection individuelles, comme se laver les mains ou bloquer les cookies. Mais il ne faut pas oublier que l'hygiène est aussi un enjeu collectif : « l'hygiène est un enjeu de santé publique, l'accès à un environnement propre et sain étant une condition première du développement durable. » (Wikipédia). L'hygiène numérique ne peut donc se limiter à des actions reposant sur les individus, ça n'est pas seulement de notre responsabilité. Il faut aussi penser ces questions et prendre des mesures au niveau de la collectivité. Et, de manière plus globale, il faudrait réfléchir à la notion d'écologisme numérique. L'espace numérique fait partie intégrante de l'environnement dans lequel évolue l'espèce humaine, et comme tel doit être protégé.



Ok et à présent, qu'est-ce qu'on fait ?

Il n'y a pas d'outils magiques. Utiliser des outils sans avoir un minimum de compréhension du contexte technique, c'est se tirer pratiquement à coup sûr une balle dans le pied. Un faux sentiment de sécurité incite à l'imprudence. C'est comme croire qu'une fois la porte fermée on peut se promener à poil chez soi, parce qu'on ignore l'existence des fenêtres.

La meilleure des protections, c'est l'éducation. C'est acquérir une compréhension du fonctionnement des outils numériques. Connaître les techniques qui permettent de porter atteinte à notre intimité. Les techniques qui, à partir de nos informations intimes, permettent de nous influencer ou de décider de nos vies. Donc : éduquons-nous !

Il ne faut pas se le cacher, se protéger demande une vigilance de tous les instants, souvent épuisante. Il faut donc être convaincu·e de l'importance d'adopter une certaine discipline.

La seule information qui ne pourra pas être utilisée, c'est celle qui n'existe pas (et encore...). Il faut donc selon moi essayer de réduire au maximum son empreinte, les traces que l'on laisse. Le numérique permet de compiler une foule d'informations insignifiantes pour en extraire du sens. Avoir accès à un de vos tickets de caisse ne dit pas forcément

grand-chose de vous. Avoir accès à tous vos tickets de caisse permet de connaître votre situation familiale (« *tiens, iel achète des gâteaux pour enfants une semaine sur deux* ») ou financière, vos convictions (« *iel a arrêté d'acheter de la viande de porc et de l'alcool, signe de radicalisation...* »). C'est donc une gymnastique quotidienne pour essayer de réduire au maximum ce que l'on dévoile : bloquer systématiquement tous les cookies sauf pour les sites sur lesquels c'est indispensable (et c'est là qu'on en vient à la nécessaire compréhension du fonctionnement), refuser si possible les cartes de fidélité, désactiver le Wifi et le Bluetooth sur son téléphone lorsqu'on ne les utilise pas... C'est une gymnastique contraignante.

Essayez aussi de compartimenter : si vous tenez un carnet Web sur un sujet polémique, essayez d'éviter qu'on puisse faire le lien avec notre état civil (sur le long terme, c'est très très difficile à tenir). *A minima*, avoir plusieurs profils / plusieurs adresses mail, etc, et ne pas les lier entre elles permet de réduire les risques. Quelqu'un qui vous ciblera pourra faire le lien, mais les programmes de collecte automatique de données ne chercheront pas forcément à recouper.

Compartimentez aussi vos outils : par exemple, utilisez deux navigateurs différents (ou un navigateur avec deux profils) : dans l'un, bloquez tout ce qui permet de vous pister et accédez aux sites qui n'ont pas besoin de savoir qui vous êtes. Utilisez l'autre, moins protégé, uniquement pour les sites nécessitant une connexion (webmail, réseaux sociaux, etc.).

Méfiez-vous comme de la peste des photos et des vidéos. De vous, de vos proches, de quiconque. Demain, en cherchant votre nom, il sera possible de vous identifier sur cette photo prise voilà 20 ans où vous montriez vos fesses. Avez-vous vraiment envie que vos enfants vous voient ainsi ? Demain, en cherchant le nom de votre enfant, ses camarades de classe pourront

retrouver une vidéo de ellui à deux ans sur le pot. Hier vous trouviez cette photo adorable, aujourd'hui elle va lui valoir des torrents de moqueries.

Contre la malveillance, il faut naturellement utiliser des pratiques et outils qui relèvent davantage de la sécurité informatique : par exemple des mots de passe complexes, différents pour chaque service.

Pour aller plus loin, je vous encourage à vous renseigner sur le chiffrement : de vos communications, de vos données. Attention, le chiffrement est un sujet relativement complexe, ça n'est à utiliser qu'en ayant une idée précise de ce que vous faites.

Et, naturellement, portez en toutes circonstances un chandail à capuche noir et une cagoule, histoire de rester discret.

Et pour terminer, parce que nous ne sommes que des nains sur l'épaule de géants, [une citation](#) que je vous laisse méditer :



[Benjamin Bayart](#), photo volée au site de l'[April](#)

« la solution est forcément dans une articulation entre politique (parce que c'est un problème de société) et technique (parce que les outils actuels le permettent). Et il faut bien les deux volets, un seul, ça ne sert à rien. »

(Benjamin Bayart).

Ne plus supporter la pub sur le Web

C'est un débat déjà ancien et qu'on croyait devenu de basse intensité, mais qui prend ces derniers temps une acuité nouvelle : la publicité sur le Web, toujours plus intrusive, toujours plus vorace, toujours plus dévoreuse de notre confidentialité, est-elle une sorte de mal nécessaire ou une pure nuisance à éradiquer ?

La publicité est le plus souvent justifiée par son pouvoir économique. Publier sur le Web n'est pas gratuit, que ce soit pour les médias d'envergure, les associations ou les particuliers. La tentation est donc grande de disposer sur les pages web avec une discrétion variable des bandeaux publicitaires, des annonces adsense, des calamités visuelles de toutes sortes... car l'inventivité des agences de pub est illimitée.

Rien d'étonnant que de nombreux internautes installent systématiquement un bloqueur de pub, en une course elle aussi perpétuelle pour remplacer [Adblock Plus](#) par [Adblock Edge](#) puis par [uBlock](#) puis par [uBlock origin](#) (et puis je vous mets une pincée de [Ghostery](#) ?) et puis... mesures et contre-mesures se succèdent dans un paysage visuel qui ressemble à un champ de bataille : des sites demandent gentiment – ou intiment l'ordre – de désactiver les bloqueurs, tandis que le petit peuple du Libre échange frénétiquement les adresses des adblockeurs les plus efficaces.

Faut-il se résigner à cette guerre fastidieuse et accepter qu'une part au moins du web, puisse dépendre de la publicité comme le suggère [Tristan Nitot dans un article récent](#) ? Ou

bien faut-il faire table rase de tout argument en faveur de la publicité sur le web, comme Clochix dans [le « coup de gueule » qu'il publie sur son blog](#) en réponse à Tristan ?

C'est la diatribe de Clochix que nous reproduisons ici, non pour attiser une polémique (car les contradicteurs se connaissent bien et s'apprécient) mais pour permettre un échange dans nos colonnes et en commentaires.

Deux précisions importantes :

- Clochix après le petit buzz qu'il a créé reconnaît volontiers que son article n'est pas complet, en particulier parce qu'il n'a pas pris le temps d'aborder les modes de monétisation alternatifs. S'il désire ajouter des éléments, nos colonnes lui seront ouvertes. [MISE À JOUR] Nous avons à peine le temps de publier que déjà Clochix vient de compléter avec un nouvel article : [Comment se protéger, comment participer](#).
- Tristan quant à lui a reconnu qu'il aurait dû préciser que sa défense (relative) de la publicité concernait essentiellement les grands sites de médias, la presse en ligne. Il va sans dire que ses commentaires et réactions sont bienvenus ici ou naturellement sur son blog.

– mais c'est surtout vous lecteurs du Framablog dont nous attendons que vous participiez à ce débat : bloquez-vous tout ou partie des publicités, pourquoi ? Avez-vous recours au financement par la publicité de votre présence sur le Web ? Avez-vous trouvé des modes de financement alternatifs qui vous permettent de vous *dégoogliser* ?

Nous vous rappelons que le Framablog ainsi que tous les services de Framasoft vous sont proposés débarrassés de toute pollution publicitaire, grâce aux donateurs qui sont l'unique ressource de l'association. Merci de [votre soutien](#) !

Faut-il bloquer les publicités ?

par Clochix



J'ai été si outré par quelques phrases portées à ma connaissance cette semaine que je reprends le clavier le temps d'un rapide coup de gueule. Dans le [28^e chapitre de son prochain livre](#), qu'il prépublie sur son carnet, Tristan conseille de ne pas bloquer la réclame dans son navigateur. Une fois n'est pas coutume, je ne peux pas être moins d'accord avec lui, surtout au vu de ses arguments.

J'encourage pour ma part tou·te·s les internautes à bloquer par tous les moyens les publicités qui envahissent certains sites. Quelques raisons en vrac de refuser la réclame sur le Web :

- la publicité est bien plus efficace si elle est ciblée. De ce fait, nombre de régies publicitaires ne se contentent pas d'afficher des bandeaux colorés, mais tracent toutes vos habitudes, afin de cerner votre profil et d'augmenter la probabilité que vous cliquiez sur leurs affiches. Par exemple en vous bombardant de réclames pour des régimes si elles détectent que vous complexez sur votre poids. Les publicités espionnent ce que vous faites, vous traquent de site en site. *Pour préserver votre intimité, bloquez les publicités !*
- grâce à ces profils, les publicités créent des envies, déclenchent des actes (des achats par exemple) que vous n'aviez pas décidés consciemment. C'est une forme de manipulation, de viol de votre [libre-arbitre](#). *Pour conserver votre libre-arbitre, bloquez les publicités !*
- les publicités rendent la navigation sur de nombreux

sites désagréables. Leur poids ralentit considérablement le chargement, leurs couleurs criardes, voire leurs animations, distraient l'œil de sa lecture. Parfois une publicité apparue soudainement intercepte un de vos clics et vous entraîne sur un site que vous ne souhaitiez pas visiter. Lorsque votre connexion internet est de faible qualité, par exemple sur un ordiphone, la publicité rend la navigation particulièrement désagréable. *Pour votre confort, bloquez la publicité !*

- le poids de publicité ralentit le chargement des pages, mais augmente aussi la quantité de données téléchargées. Si vous n'avez pas une connexion illimitée (sur mobile), vous risquez de payer pour le chargement des publicités. Et même si vous avez une connexion illimitée, ces publicités pèsent dans le trafic réseau de votre opérateur, consomment beaucoup de bande passante, qu'à un moment ou un autre il faut bien payer. *Pour le bien-être de votre porte-monnaie, bloquez la publicité !* (et pour les ours polaires, car afficher les bannières Flash consomme de l'électricité, donc contribue au réchauffement de la planète) ;
- la publicité affiche sur des sites auxquels vous faites confiance des contenus créés par des tiers qui eux ne sont pas forcément de confiance. Des ordinateurs sont régulièrement infectés par des logiciels malveillants diffusés via des publicités piégées affichés sur des sites anodins. Récemment encore, des sites de Yahoo ont diffusé à leur insu de tels logiciels malveillants. Bloquer Flash réduit considérablement la menace, mais pas totalement. *Pour votre sécurité, bloquez la publicité !*
- TF1 est une entreprise qui vend à des annonceurs du temps de cerveau de ses téléspectateurs. Dans un modèle économique basé sur la publicité, vous devenez le produit dont le site fait commerce. Si un site vit essentiellement de la publicité, alors c'est que vous êtes la marchandise qu'il vend. (un célèbre évangéliste

francophone utilise une métaphore porcine pour rappeler ce fait et encourager les internautes à payer les services qu'ils utilisent) *Pour ne pas être une marchandise, bloquez la publicité !*

- certains médias dépendent de la publicité. Leur but est donc de maximiser le nombre de lecteurs de leurs articles. Quitte à recourir à des méthodes putassières, comme les titres sensationnalistes sans rapport avec le fond de l'article. Parfois, la rémunération des auteurs dépend du nombre de lecteurs de leurs articles. Dans certains médias, les journalistes sont donc encouragés à écrire des articles générant le plus de vues possibles. La qualité ne payant pas toujours, c'est le plus souvent un encouragement au sensationnalisme, aux approximations, à la création et montée en épingle de polémiques... À terme, tout cela décrédibilise les sites d'information et les journalistes dans leur ensemble. Un journaliste ne devrait pas être évalué sur sa capacité à faire gagner de l'argent aux annonceurs. On a vu également que certains annonceurs influent sur la ligne éditoriale des médias. Apple par exemple ne veut pas que ses publicités soient à côté d'informations tragiques. Va-t-on arrêter d'informer sur les guerres et autres catastrophes pour faire plaisir aux annonceurs ? *Pour la survie du journalisme, bloquez la publicité !*

- un des gros problèmes du Web est la difficulté à rémunérer les auteurs qui le souhaitent. Il n'existe toujours pas de mécanisme simple, universel, respectueux de la vie privée, largement déployé, permettant de rémunérer l'auteur d'un article. Je suis persuadé que c'est une des plus grandes faiblesses actuelles du Web. Elle perdure notamment parce que le besoin n'est pas criant : la publicité joue ce rôle pour de nombreux sites, donc ils n'ont pas besoin d'inventer un meilleur système. Si de nombreux internautes bloquaient les réclames, le besoin d'inventer de nouveaux modèles économiques se ferait plus pressant. Et j'espère que ces

modèles seraient plus vertueux. *Pour encourager le Web à évoluer, bloquez la publicité !*

- je vous épargne le couplet politique rappelant que la publicité est un moyen de propagande pour un modèle de société suicidaire et encourage les discriminations en véhiculant d'innombrables clichés. *Si vous avez du cœur, bloquez la publicité !*



Je trouve par ailleurs discutables les arguments de Tristan pour encourager ses lecteurs et lectrices à ne pas remettre en question les modèles économiques fondés sur la vente de l'attention des citoyens :

« En effet, la publicité est la principale si ce n'est l'unique façon pour l'immense majorité des sites Web de se rémunérer »

Je brandis aussitôt ma pancarte pour demander les chiffres permettant d'affirmer que « l'immense majorité des sites Web » se rémunère grâce à la réclame. Wikipédia ne fait à ma connaissance pas appel à la publicité, pas plus que des millions de sites personnels, les sites vitrines qui présentent une entreprise, une association ou autre. Je ne suis pas sûr que l'existence de la majorité des sites Web dépende de la réclame. Le Web ne mourra pas si demain nous bloquons toutes et tous les réclames. Si j'ai bonne mémoire, la publicité était absente des premiers sites qui m'ont fait aimer le Web, qui m'ont fait découvrir ses potentialités pour la liberté d'expression, le débat d'idée ou le partage de connaissances. Le Web peut parfaitement se passer de la publicité.

« En bloquant la publicité (...) les sites n'auront plus les moyens de publier du contenu original et de qualité ».

Je ne suis pas du tout sûr du lien entre la publication de contenu « original et de qualité » et les sites vivant de la vente de temps de cerveau disponible. Intuitivement (oui, ça n'est pas scientifique), j'aurais plutôt l'impression que les sites tirant l'essentiel de leurs revenus de la publicité sont plutôt des fermes à contenu, qui ne publient rien d'original mais pompent des informations publiées par d'autres en les affublant de titres putassiers pour « faire du clic ».

C'est d'autant plus gênant que l'histoire prouve que la presse indépendante est une condition essentielle pour avoir une démocratie en bonne santé...

Euh, quel est le rapport entre le financement de sites Web par

la publicité, une presse indépendante, et la choucroute ? Le *Canard enchaîné*, symbole de la presse indépendante française, a publié il y a quelques jours son bilan financier 2014. Le journal est toujours en excellente santé. Or, il ne me semble pas qu'il se rémunère en infligeant des placards publicitaires à ses lecteurs. Sur le Web, l'équivalent du Canard, [Mediapart](#), est également résolument sans publicité, et n'a pas l'air de s'en porter plus mal. Tout comme des dizaines de médias indépendants qui enquêtent et informent, [Basta](#), [CQFD](#), [Fakir](#), [Politis](#) et [tant d'autres](#). Bien sûr, de nombreux sites de diffusion d'information, comme Le Figaro, Libération ou le Monde, affichent de la publicité, et en dépendent en partie. Mais peut-on qualifier ces entreprises, propriété d'oligarques, de médias indépendants essentiels à la démocratie ? Lorsqu'un marchand d'arme ou un quelconque affairiste s'achète des médias, le fait-il afin de garantir l'existence d'un des piliers indispensables de la démocratie, ou pour défendre ses intérêts ? Le ménage en cours dans les médias du groupe Bolloré n'est que le dernier exemple de l'indépendance toute relative des organes contrôlés par des financiers. Par ailleurs, bien conscients de l'importance des médias pour la démocratie, les citoyens français consacrent une partie de leurs impôts à financer la presse. D'après [Wikipédia](#), nous avons versé en 2012 1.2 milliards d'aides à la presse. Le Figaro de Serge Dassault a été subventionné à hauteur de 18.2 millions d'euros. Nous participons donc déjà, via ces aides, via la redevance audio-visuelle, à la survie de la presse (et à l'enrichissement d'éditocrates qui nous crachent à la gueule à longueur de temps). Est-il indispensable, pour sauver la démocratie, de s'infliger également les encarts promotionnels qui débordent de leurs sites ?

Je m'égare un peu, et ne voudrais pas y passer toute la journée, donc, pour conclure, un dernier conseil : *bloquez les publicités* ! Merci de votre attention.

Bonus track : une minuscule sélection d'articles en rapport, parmi une abondante littérature :

- [Ce billet de Ploum](#) sur la valeur de notre temps de cerveau...
- [Cet article](#) (en anglais) qui établit un bilan de détail de la guerre perpétuelle bloqueurs/publicités pour les vidéos, avec des données chiffrées intéressantes.
- [La guerre aux logiciels bloqueurs de pub est déclarée](#), dans le journal les Échos.

Crédit photo :

[Jean-Noël Lafargue](#)

Licence Creative Commons CC-BY-SA 2.0

Ne plus nourrir les monstres

De toutes part des initiatives et des projets surgissent pour rendre aux utilisateurs la maîtrise de leurs usages numériques et de leur confidentialité. Mentionnons par exemple l'intérêt grandissant pour le [réseau Tor](#) (et l'usage de [TorBrowser](#)), les efforts pour [démocratiser le chiffrement](#) des communications, l'[initiative de Mozilla](#) pour conjuguer la décentralisation, le chiffrement et le logiciel libre ou encore la seconde jeunesse du [projet caliop](#), bien d'autres encore...

Mais en attendant, que proposer aux utilisateurs qui sont encore très largement captifs des silos prédateurs ? Chez Framasoft, comme nous l'avons déjà fait à plusieurs reprises ([framapad](#), [framanews](#), [framabag](#)...), nous proposerons encore des solutions et services libres alternatifs utilisables par tout

un chacun.

C'est un peu dans cette logique que s'inscrit la conclusion toute simple de l'article de Clochix ci-dessous. Comme la soumission au tyran exposée par [La Boétie](#), notre servitude est volontaire : c'est nous qui avons alimenté délibérément le monstre qui nous effraie maintenant, et sa puissance (qui oserait défier Google tant son pouvoir est étendu ?) peut se désagrèger si nous ne la reconnaissons plus pour telle.

D'où tire-t-il tous ces yeux qui vous épient, si ce n'est de vous ? (...) Soyez résolu à ne plus servir, et vous voilà libres. Je ne vous demande pas de le pousser, de l'ébranler, mais seulement de ne plus le soutenir, et vous le verrez, tel un grand colosse dont on a brisé la base, fondre sous son poids et se rompre.

Nous reprenons ici [l'article initialement publié par Clochix sur son blog](#). Clochix se présente modestement comme « un apprenti geek intéressé par la liberté ».

Diversifions



par **Clochix**

Souvent, lorsqu'un administrateur se connecte à une machine, celle-ci l'accueille d'un salutaire rappel : « un grand pouvoir donne de grandes responsabilités ». En informatique, les administrateurs (de réseaux, de machines, de bases de données, etc.) ont effectivement un grand pouvoir. Ils ont accès à de très nombreuses informations, directement à la source, sans être soumis à des restrictions d'accès. Ils ont souvent la capacité de lire la plupart des messages

électroniques échangés et des documents internes de l'entreprise. Parfois, ils sont même amenés à le faire dans le cadre de leurs missions. Pouvoir accéder à des informations sensibles leur donne donc un certain pouvoir, et les soumet à une double responsabilité. Résister à la tentation d'abuser de leur pouvoir (aller lire des documents pour savoir si la direction prépare des licenciements ou si la jolie fille de la compta est célibataire), résister aux pressions (internes de sa hiérarchie qui voudrait cliquer un salarié, externes de personnes qui voudraient des renseignements sur la structure).

Tout pouvoir porte en lui la tentation de l'abus et le risque du détournement. Pour se protéger des abus, on ne peut se reposer uniquement sur la capacité des individus à résister à la tentation et à la pression. Et l'un des meilleurs garde-fous est à mon sens, non de contrôler les individus en situation de puissance, mais de limiter au maximum la concentration du pouvoir. Moins il y a de pouvoir, moins on est tenté d'en abuser, et surtout moins les conséquences des abus sont dommageables. Il faut donc veiller à ne pas laisser trop de pouvoir s'accumuler entre les mêmes mains. Segmenter le système d'information pour éviter qu'un unique individu ait toutes les clés. Diversifier l'environnement pour éviter les points individuels de défaillance, que cette défaillance soit un panne, une attaque ou une indiscretion.

Il y a quelques jours, [quelqu'un a signalé](#) que pour utiliser Hangout, un service de visioconférence de Google, il fallait désormais obligatoirement utiliser Chrome (alors que le service semble parfaitement fonctionner dans Firefox). Devant le tollé, un ingénieur de Google a [rétropédalé](#), invoquant une simple erreur de formulation. Mais les faits sont têtus : trois jours plus tard, la page n'a toujours pas été corrigée (et j'avoue avoir vraiment beaucoup de mal à croire au caractère non intentionnel de cette restriction).

Ça n'est bien sûr qu'une anecdote minuscule. Google triche un peu pour inciter les internautes à installer et utiliser son

navigateur. Et cette ridicule malhonnêteté n'aurait guère de conséquences si son auteur n'était l'un des principaux fournisseurs de logiciels et de services au monde. Mais dans la position où est Google, cette simple magouille va probablement se traduire par quelques milliers d'utilisateurs qui migreront, sans vraiment l'avoir voulu, vers Chrome. Et les petits réseaux faisant les grandes rivières, de démonstrations réservées à Chrome en installations cachées dans les bagages d'autres logiciels, le nombre d'utilisateurs des produits de Google s'accroît. La quantité d'informations que Google collecte et, partant, sa capacité d'action augmente. Plus une entité est en situation de pouvoir, plus grande est la tentation d'abuser un peu de ce pouvoir à la marge, sur des points qui semblent sans conséquences. Et plus vastes deviennent les conséquences de ces micro-abus.

Le pouvoir de Google est aujourd'hui gigantesque, probablement bien plus important que la majorité d'entre nous ne l'imagine. *Business Insider* a [récemment publié](#) une interminable liste des multiples racines qui chaque jour alimentent davantage en données le ventre de l'ogre insatiable. Google a des capteurs partout. Sur internet, bien sûr, mais aussi dans le monde analogique, avec ses téléphones, ses satellites, demain ses voitures, lunettes, objets connectés... La quantité d'informations ainsi collectée dépasse l'imagination, tout comme les innombrables usages qu'il pourrait en faire. La puissance de Google est aujourd'hui terrifiante.

Et, sans vouloir retirer de mérite à ses ingénieurs, cette puissance, c'est en grande partie nous qui la confortons, qui la démultiplions chaque jour.

S'il est des individus qui cherchent explicitement la puissance, force est d'admettre que souvent c'est nous-mêmes qui déléguons notre pouvoir et créons les monstres devant lesquels nous tremblons ensuite. Les silos ne deviennent dangereux parce que nous leur en donnons les moyens. Personne ne nous oblige à abonder leur puissance, du moins au début.

Mais chaque fois que nous utilisons Chrome, Gmail, Android, chaque fois que nous achetons un iGadget, racontons notre vie sur Facebook, commandons sur Amazon, nous leur donnons un tout petit peu plus d'informations, nous renforçons leur pouvoir, augmentons la tentation qu'ils en abusent, et les conséquences du moindre abus (et la liste de ces petits abus est déjà longue et publique, des censures d'Apple dans sa boutique aux pressions d'Amazon sur ses fournisseurs).

Le problème n'est donc pas Google ou Apple, Facebook, Microsoft ou Amazon, il est hors-sujet de dissenter sur l'humanisme des intentions de leurs dirigeants ou leur capacité à résister à la pression de gouvernements ou de mafias. Inutile d'essayer de deviner comment toutes les informations que nous leur confions pourraient un jour se retourner contre nous. Non, l'unique question qui vaille est de savoir s'il est sain de laisser une aussi phénoménale puissance s'accumuler entre les mains d'un petit nombre d'acteurs, quels qu'ils soient.

Si vous pensez que la réponse à cette question est non, qu'il n'est pas sain que quiconque dispose d'autant d'informations, donc de pouvoir, alors il est grand temps d'agir, pendant que nous le pouvons encore. Et ça tombe bien, car l'effort pour agir concrètement sur la situation n'est pas insurmontable. Il suffit de ne plus mettre tous nos œufs dans le même panier. Ne plus confier tous nos échanges électroniques à deux ou trois acteurs. Ne plus tous et toutes utiliser les mêmes logiciels, systèmes d'exploitation, navigateur, etc.

Diversifier à défaut de décentraliser

En matière d'information comme dans la nature, c'est la diversité qui fait la force et la résilience d'un système. Il ne s'agit pas forcément de reprendre nous-mêmes le contrôle de toutes nos données. Je suis bien conscient que peu de gens ont les ressources (temps, compétences...) et l'envie de le faire. Mais de ne pas tout confier au même prestataire. De bâtir le

meilleur garde-fou contre le totalitarisme, un réseau divers.