



Typologie du « pourriel »

Le trafic des messageries électroniques est en forte croissance. Parallèlement à l'augmentation des messages professionnels et conviviaux, se développe un trafic parasite qui nous inonde de messages que nous n'avons pas sollicités. Notre conscience, et quelquefois notre curiosité, nous incite à lire ces textes pour ne pas passer à côté d'une information qui pourrait être utile. Faut-il accepter cet état de fait ou commencer à balayer devant notre porte.

Chacun d'entre nous, au retour d'une absence de quelques jours, doit extraire d'une accumulation de prospectus publicitaires, son courrier nécessaire et suffisant : familial, administratif et adélien.

Certains prospectus nous sont envoyés personnellement par la technique d'un publipostage, plus ou moins sélectif, en utilisant des fichiers constitués par l'émetteur ou empruntés à une société spécialisée.

D'autres, plus nombreux, sont déposés par des colporteurs dont la mission consiste à se débarrasser de leur chargement dans les boîtes aux lettres, sans se soucier de la qualité de la cible.

Donc nous subissons déjà les deux types de prospection :

- la frappe chirurgicale où l'émetteur vise une cible préalablement accrochée, quelquefois fidélisée ;
- le bombardement de masse qui arrose une large population, en escomptant de la statistique qu'il touche le destinataire souhaité, sans chercher, pour autant, à épargner le voisinage.

Désormais, grâce aux facilités des nouveaux médias, la prospection de certaines firmes relève de la seconde stratégie. Les inforoutes leur offrent de nouveaux boulevards quasiment gratuits. Nos messageries électroniques ne sont pas à l'abri de ce type de nuisance et sont envahies par des messages que nous n'avons pas sollicités.

Nos cousins québécois utilisent l'élégant "courriel" - de préférence à l'horrible "e-mail" - pour désigner le courrier électronique. Par dérision, ils affublent du terme péjoratif "pourriel" l'ensemble des courriels qui les perturbent.

L'inventaire des récoltes de notre boîte électronique "info@adeli.com" nous incite à aller plus dans la terminologie et à décliner ce "pourriel" en un éventail de termes en ciels.

Le pourriel mercatique

L'hébergiciel

On vous propose d'accueillir votre propre site afin d'accroître vos profits sur le Web. Vous pourrez y augmenter vos ventes de 50 % à 400 %.

L'hébergement d'un site de 50 MB avec une infrastructure de commerce électronique est proposé à \$ 12.95 par mois.

On vous propose une aide à la prospection et à la sécurité des transactions commerciales pour le commerce électronique.

Le prospecticiel

Vous pourrez accroître votre trafic sur Internet en obtenant une liste de destinataires intéressés par votre domaine. On vous propose un ensemble d'outils promotionnels pour présenter vos produits et vos services.

Le polygloticiel

On peut vous fournir des listes de personnes bilingues (espagnol, brésilien, japonais, chinois, russe, ukrainien, etc.) classées par métier : \$ 72.00 la liste de 400 noms.

L'esclaviciel

Vous pouvez faire développer vos logiciels en Sibérie pour \$ 15, l'heure, tout compris.

L'avariciel

On vous invite à participer à une chaîne de la fortune où il suffit d'envoyer \$ 5 au premier d'une liste de trois noms et d'ajouter le sien, de diffuser le message à 20 destinataires. On vous promet une moisson d'environ \$ 10,000.

Vous pouvez aussi gagner \$ 20 en allant visiter un site.

On vous propose des tuyaux pour économiser dans tous les compartiments télématiques à \$ 10 la disquette de renseignements.

Le septièmeiciel

C'est un secteur apparemment très encombré.

Si vous avez plus de 18 ans, on peut vous vendre une cassette audio (ecstasy tape) pour augmenter votre plaisir lors de vos rencontres intimes - à l'essai pour 6 mois \$19.47, la première et \$ 9.50, les suivantes.

Vous pouvez attirer le sexe opposé grâce aux phéromones, offerts en parfum pour \$ 39.95. Vous êtes conviés à consulter le site Androstenone Pheromones.

Le domiciel

Vous pouvez trouver un travail à domicile de \$ 1,500 à 4,000 par mois pour développer des logiciels, assembler des jouets, coudre, confectionner des bijoux. Il en coûte de \$ 25 pour accéder à cette base de 200 entreprises.

Toutes ces sollicitations commerciales, variante du "mercaticiel", émanent d'offreurs américains et sont en version originale. Vous pouvez toujours vous en affranchir en demandant d'être "removed" des listes de diffusion.

Le pourriel amical

Mais, en dehors de cette pollution étrangère, d'autres variétés de "pourriel" ont des sources plus proches de nous ; chez certains de nos propres correspondants.

Le souriel

C'est un pourriel sympathique constitué de petites anecdotes, de dessins, d'animations, de jeux, destinés à distraire des amis, plus ou moins réceptifs aux différentes formes d'humour.

Le logorrhiciel

Le logorrhiciel traduit une propension de son auteur à s'exprimer fréquemment et longuement à tout propos, sans prendre le temps de structurer ses idées et son discours.

Le polémiciel

Le polémiciel prend à témoin, une population captive, des différends que l'on a avec l'un des membres de sa liste de destinataires institutionnels.

Dès que ledit membre émet un message au polémiciel, celui-ci fait part de ses commentaires à l'ensemble des correspondants de sa liste.

Le pongiciel

Les pongiciens se renvoient la balle de messages en messages, jusqu'à ce que l'un des deux abandonne.

Le trufficiel

Cette technique consiste à insérer des commentaires dans un message reçu avant de le renvoyer à l'émetteur et à quelques autres destinataires.

Le multipliciel

Certains émetteurs pensent que l'impact de leur message se mesure par le produit du nombre de mots par le nombre de destinataires. Ils n'hésitent pas à gonfler leur liste de diffusion pour augmenter leur efficacité.

Le bouledeneigiciel

C'est la forme la plus achevée du "pourriel" amical. Elle consiste à utiliser les fonctions de réponse avec historique, qui permettent de reconstituer toutes les étapes chronologiques d'une conversation entre plusieurs personnes.

Le bouledeneigiciel est généralement une agglomération de logorrhiciel, de polémiciel, de pongiciel, de trufficiel et de multipliciel.

Imposons-nous une discipline

Comment limiter le pourriel ?

Nous resterons toujours dans l'attente d'un hypothétique orpailliciel, qui nous aiderait à extraire les précieuses paillettes tant espérées, de la gangue qui les enrobe.

Nous pourrions préconiser, lorsque nous sommes émetteurs, de faire quelques efforts pour discipliner notre verve épistolaire. Pourrait-on nous astreindre à l'observation de quelques règles simples.

Avant d'envoyer un message nous pourrions analyser la question suivante : " Que veux-je dire, à qui, quand et pourquoi ? ".

Quoi ?

Au lieu de gribouiller un message, réfléchir à ce que l'on va dire, rédiger le message de façon claire, concise et précise.

À qui ?

Se demander : quelles sont les personnes qui pourront exploiter la réception de ce message ? Qu'attends-je du destinataire ?

Quand ?

Se poser la question de l'urgence. Ne pas faire supporter au destinataire mon impatience et mon manque d'organisation. Attendre le moment opportun pour informer le destinataire.

Pourquoi ?

Bref, le temps de faire cette gymnastique, contraignante pour l'émetteur mais salutaire pour le destinataire potentiel, la taille du message, en volume et en nombre de destinataires, aura sans doute considérablement diminuée. Le volume du trafic en sera réduit d'autant et les messages seront mieux adressés et plus denses.

Mais faut-il être raisonnable ?

N'oublions pas le message que délivrait le Directeur d'un grand institut français de gestion, à ses élèves.

“ Jeunes gens, évidemment, il faut mettre de l'ordre. Mais, attention, l'ordre parfait, c'est le zéro degré Kelvin ; plus rien ne bouge et c'est le repos de la mort.

Alors, bien entendu, quand rien ne va plus et que les dysfonctionnements foisonnent et grippent la machine, organisez-vous !

Mais quand tout est trop bien huilé et génère l'ennui, n'hésitez pas à semer un peu de trouble pour mettre de la vie ”.

Je crois me souvenir que la fin exacte de la citation était plus musclée. ▲

Alain Coulon