

Comment faut-il vivre les commentaires sous les articles de presses ?

1/ Adresses URL et différentes problématiques abordées :

Problématique	Adresses URL associées	Acteurs impliqués
Avenir des commentaires : Faut-il les garder ou les supprimer ? (vue d'ensemble)	1. http://www.journaldunet.com/media/expert/55943/le-bel-avenir-des-commentaires-en-presse-en-ligne.shtml	Journaux Lecteurs Commentateurs
	2. https://medium.com/the-coral-project/killing-the-comments-what-s-next-36d5cc8adeb3#.66k82ohiw	
	3. https://bonnierussell.wordpress.com/2015/02/05/why-online-reader-comments-are-important-for-news-business-values-and-valuations/	
	4. http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/sep/10/end-online-comments	
	5. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2010/11/04/la-chasse-aux-trolls-sorganise/	
	6. https://coralproject.net/about/	
	7. http://www.thedailybeast.com/articles/2012/07/16/most-comments-are-horrible-sites-look-for-ways-to-make-them-better.html	
	8. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/tag/commentaire/	
	9. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/03/13/sxsw-les-commentaires-sont-ils-dans-limpasse/	
	10. http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/12/more-than-a-decade-in-and-internet-comments-continue-to-be-terrible/249379/	
	11. http://www.poynter.org/2015/the-new-york-times-will-expand-its-comment-section/323205/	
	12. http://www.poynter.org/2015/philly-com-got-545-comments-on-an-article-about-changes-to-comments/344055/	
Pourquoi faut-il garder les espaces de commentaires accessibles ?	13. http://www.npr.org/sections/codeswitch/2014/05/19/313935774/lessons-from-a-year-of-discussing-race-and-culture-online	Lecteurs Journalistes Journaux Commentateurs
	14. http://beatblogging.org/2008/07/25/comments-add-value-to-newspaper-web-sites/	
Quels sujets sont les plus sensibles à des propos diffamatoires ?	15. http://www.poynter.org/2009/racism-attacks-lead-news-sites-to-disable-story-comments/97416/	Journaux Commentateurs
	16. https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/12/the-dark-side-of-guardian-comments	
Influence des commentaires (trolls particulièrement) sur l'opinion des lecteurs, celle du public en général et leur impact sur les journalistes	17. http://www.slate.fr/story/88227/commentaires-articles-ruinent-medias	Journalistes Lecteurs
	18. http://www.nytimes.com/2013/03/03/opinion/sunday/this-story-stinks.html?smid=tw-share&_r=2	
	19. https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/12/the-dark-side-of-guardian-comments	
	20. http://www.nytimes.com/2016/04/17/fashion/mary-beard-against-internet-trolling.html?smid=fb-nytimes&smtyp=cur	
	21. http://www.participations.org/Volume%2012/Issue%202/3.pdf	
	22. http://motherboard.vice.com/blog/trolls-4chan-online-feminism-women-of-color	
	23. http://motherboard.vice.com/read/the-chilling-effect-of-misogynistic-trolls	

	24. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/03/13/sxsw-les-commentaires-sont-ils-dans-limpasse/	
	25. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2013/10/12/pourquoi-tant-de-haine/	
	26. http://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/06/internet-comments-and-perceptions-of-quality/371862/	
	27. http://benoitraphael.com/2014/06/la-question-du-jour-puisque-les-gens-sont-si-stupides-pourquoi-on-ne-supprimerait-pas-tout-simplement-les-commentaires-sur-internet	
Solutions alternatives aux espaces de commentaires autres que le bannissement ou amélioration du système de gestion existant	28. http://www.poynter.org/2016/here-are-27-ways-to-think-about-comments/401728/	Journaux Commentateurs
	29. https://medium.com/@burgos/goodbye-comments-hello-conversations-a64482caea4a#.caq0igpho	
	30. http://www.slate.fr/story/97827/commentaires-payants	
	31. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2010/11/04/la-chasse-aux-trolls-sorganise/	
	32. https://www.nationaljournal.com/s/57547/why-were-changing-our-comments-policy	
	33. http://www.poynter.org/2011/new-york-times-overhauls-comment-system-grants-privileges-to-trusted-readers/154615/	
	34. http://www.npr.org/sections/codeswitch/2014/05/19/313935774/lessons-from-a-year-of-discussing-race-and-culture-online	
	35. http://xark.typepad.com/my_weblog/2009/05/why-comments-suck-ideas-on-unsucking-them.html	
	36. http://www.poynter.org/2014/facing-a-flood-of-incivility-news-sites-make-reader-comments-harder-to-find/308039/	
	37. http://www.poynter.org/2015/the-coral-project-aims-to-help-commenters-become-communities/347815/	
	38. https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/washington-post-new-york-times-and-mozilla-team-up-for-new-web-site-comment-system/2014/06/19/fa836e90-f71e-11e3-8aa9-dad2ec039789_story.html	
	39. https://medium.com/the-coral-project/here-we-are-89d61d500d63#.s98yzvdst	
	40. https://www.minnpost.com/braublog/2009/07/newspapers-take-renewed-aim-comment-cesspool	
Classification des commentaires : qu'est ce qui fait qu'un commentaire soit « bon » ? Quelles sont les répercussions d'une telle sélectivité ?	41. https://medium.com/@burgos/goodbye-comments-hello-conversations-a64482caea4a#.caq0igpho	Commentateurs Journalistes
	42. http://publiceditor.blogs.nytimes.com/2013/08/02/perfectly-reasonable-question-no-5-on-comment-picks/?_r=0	
	43. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/03/13/sxsw-les-commentaires-sont-ils-dans-limpasse/	
	44. http://www.nytimes.com/content/help/site/usercontent/verified/verified-commenters.html	
	45. http://publiceditor.blogs.nytimes.com/2014/04/28/how-verified-commenters-earn-their-status-at-the-times-and-why/?version=meter+at+9&module=meter-	
Prévenir les trolls (Autre que la modération)	46. http://www.huffingtonpost.fr/daniel-makonnen-trolls-et-haters-internet-conseils-licra_b_6073614.html	Lecteurs Journalistes Journaux Commentateurs
	47. http://www.wired.com/2016/03/want-save-comments-trolls/	
	48. http://motherboard.vice.com/read/feed-the-trolls-says-new-research-on-internet-comments	
	49. http://www.slate.fr/story/35611/je-veux-garder-commentaires-anonymes	
	50. http://www.thedailybeast.com/articles/2012/07/16/most-comments-are-horrible-sites-look-for-ways-to-make-them-better.html	
	51. http://www.wired.com/2012/06/youtube-commenters/	
	52. http://blogs.reuters.com/fulldisclosure/2010/09/27/toward-a-more-thoughtful-conversation-on-stories/	
	53. http://www.adweek.com/news/press/nick-denton-tragedy-comments-138881	
	54. http://allthingsd.com/20120311/gawker-will-deputize-commenters-says-nick-denton-at-sxsw/	
	55. http://www.uh.edu/news-events/stories/2014/January/12114Santana.php	
	56. http://www.wired.com/2015/10/brief-history-of-the-demise-of-the-comments-timeline/	
	57. http://www.lemonde.fr/grands-formats/visuel/2016/03/13/harcelement-chasse-aux-trolls-et-avenir-des-medias-deuxieme-jour-a-sxsw_4881884_4497053.html	
	58. http://qz.com/111748/you-can-now-leave-annotations-in-the-margins-of-quartz/	
	59. http://www.dailydot.com/company/comments-section-dead/	

Fermeture des espaces de commentaires : Les principales raisons (rôle des réseaux sociaux, trop de trolls, participation populaire très limitée intellectuellement parlant, gestion inefficace des abus)	60. https://pando.com/2014/11/07/reuters-kills-comment-sections-on-news-stories-should-you-too/	Journaux Commentateurs Trolls Lecteurs Réseaux sociaux
	61. http://digiday.com/publishers/comments-sections/	
	62. http://motherboard.vice.com/read/im-on-twitter-too	
	63. http://www.theverge.com/2015/7/6/8901115/were-turning-comments-off-for-a-bit	
	64. http://recode.net/2014/11/20/a-note-to-recode-readers/	
	65. http://edition.cnn.com/2014/11/21/tech/web/online-comment-sections/	
	66. http://blogs.reuters.com/great-debate/2014/11/07/editors-note-reader-comments-in-the-age-of-social-media/	
	67. http://motherboard.vice.com/read/letters-to-the-editor-killing-comments-clock-speed-and-paying-for-privacy?trk_source=recommended	
	68. http://rue89.nouvelobs.com/2015/09/25/encore-site-dinformation-ferme-commentaires-261371	
	69. http://rue89.nouvelobs.com/2014/12/23/2014-annee-noire-les-commentaires-256712	
	70. http://digiday.com/publishers/4-publishers-killed-comment-sections-2014/	
	71. https://mic.com/articles/106656/a-note-to-our-readers-about-commenting#.xbZEIKEY	
	72. http://benoitraphael.com/2014/06/la-question-du-jour-puisque-les-gens-sont-si-stupides-pourquoi-on-ne-supprimerait-pas-tout-simplement-les-commentaires-sur-internet	
	73. http://benoit-raphael.blogspot.fr/2007/11/la-participation-populaire-est-elle.html	
	74. http://www.stephanieromanski.com/2009/05/ditching-comments-on-stories-its-time/	
	75. http://www.letemps.ch/societe/2015/11/10/sites-information-suppriment-espace-commentaires	
Psychologie des Trolls : Sont-ils réellement des sadiques ?	76. http://www.huffingtonpost.fr/2014/02/14/trolls-internet-sadiques_n_4788001.html	Trolls Haters Commentateurs anonymes
	77. http://www.numerama.com/magazine/28445-les-trolls-du-net-sont-sadiques-psychopathes-et-machiaveliques.html	
	78. http://motherboard.vice.com/read/legendary-internet-troll-ken-m-on-what-comment-sections-tell-us-about-ourselves?trk_source=recommended	
Modération externe et/ou interne, a priori ou posteriori : La chasse aux trolls est lancée	79. https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/18/welcome-to-the-worst-job-in-the-world-my-life-as-a-guardian-moderator?CMP=fb_gu	Modérateurs Communiity managers Journaux Lecteurs Journalistes Prestataires externes
	80. http://www.sansmoderation.net/category/moderation-commentaires/	
	81. https://digitalchristophe.wordpress.com/2011/08/05/comment-moderer-un-fil-de-discussion-a-priori-ou-a-posteriori/	
	82. http://www.theguardian.com/theobserver/2012/oct/21/readers-editor-moderating-online-comments	
	83. http://www.lemonde.fr/grands-formats/visuel/2016/03/13/harcelement-chasse-aux-trolls-et-avenir-des-medias-deuxieme-jour-a-sxsw_4881884_4497053.html	
	84. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2010/11/04/la-chasse-aux-trolls-sorganise/	
	85. http://www.vaninadelobelle.com/Qu-est-ce-qu-un-Community-Manager_a963.html	
	86. http://www.participations.org/Volume%2012/Issue%202/3.pdf	
	87. http://www.thedailybeast.com/articles/2012/07/16/most-comments-are-horrible-sites-look-for-ways-to-make-them-better.html	
	88. http://www.npr.org/sections/inside/2011/03/02/134129476/comments-on-npr-the-right-chord-with-less-discord	
	89. http://help.npr.org/customer/portal/articles/2086540-community-discussion-rules	
	90. http://www.npr.org/sections/inside/2010/10/12/130513924/getting-a-little-help-with-npr-comments	
	91. http://blogs.reuters.com/fulldisclosure/2010/09/27/toward-a-more-thoughtful-conversation-on-stories/	
	92. http://motherboard.vice.com/read/fark-banned-misogyny-to-facilitate-free-speech	
	93. http://jezebel.com/what-gawker-media-is-doing-about-our-rape-gif-problem-1620742504	
	94. http://product.kinja.com/re-introducing-pending-replies-1621601466	
	95. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/03/13/sxsw-les-commentaires-sont-ils-dans-limpasse/	
	96. http://www.niemanlab.org/2014/05/want-better-online-comments-moderate-moderate-moderate-moderate/	
	97. http://www.poynter.org/2015/the-new-york-times-will-use-an-algorithm-to-moderate-many-of-its-comments/386014/	

	98. http://96minutes.transilien.com/charte-commentaires/	
	99. http://publiceditor.blogs.nytimes.com/2015/11/20/change-needed-for-commenting-that-favors-the-verified/?module=BlogPost	
	100. http://www.philly.com/philly/news/Our Comments Are Changing Tell Us What You Think.html	
	101. http://www.npr.org/sections/codeswitch/2013/05/03/180873196/the-four-types-of-comments-we-usually-remove-on-code-switch	
	102. http://rue89.nouvelobs.com/2012/11/20/rue89-et-la-dure-tache-de-la-moderation-des-commentaires-234876	
	103. http://www.24hdansuneredaction.com/web/18-la-moderation-des-commentaires/	
Déplacement des communautés d'infos sur les réseaux sociaux : entre « j'aime » et « je partage », l'opinion publique se dessine-t-elle autrement ?	104. http://www.inaglobal.fr/presse/article/je-tu-comment-il-share-comment-se-partage-linfo-sur-facebook	Utilisateurs des réseaux sociaux
	105. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2010/02/13/ou-sont-passees-les-communautes-des-sites-dinfos/	Commentateurs
	106. http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2010/11/04/la-chasse-aux-trolls-sorganise/	
	107. https://www.technologyreview.com/s/519306/most-influential-emotions-on-social-networks-revealed/#comments	
Web Participatif 2.0	108. http://socialmediacub.fr/2013/05/20/web-participatif-entre-mythe-et-realite/	Lecteurs
	109. http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/50764/le-web-participatif---danger-ou-veritable-levier-pour-la-strategie-numerique-des-distributeur.shtml	Journaux Journalistes Commentateurs
D'où viennent les commentaires ?	110. http://www.nytimes.com/2013/09/22/magazine/no-comments.html	Commentateurs Journaux

2/ Listes des principaux points de la controverse :

Avenir des commentaires : Un vue d'ensemble

« Sous chaque article, il y a au moins un lecteur qui posera la bonne question ou le point que l'article ne traite pas alors qu'il aurait dû » - Die Zeit (Allemagne)	« Un grand nombre de conversations sur différents sujets chauds de l'actualité, mais pas toujours cette réponse intelligible que l'on est en droit d'espérer » - Washington Post (USA)
« Nos focus groupe sont formels : cela accroît la fidélité et le temps passé sur notre site. En outre, cela apporte une variété de points de vue » - New Zealand Herald	« Après 24h, le fil de discussion laisse place à une sélection de commentaires par nos soins, essayant de refléter une large variété d'opinions, notamment les minoritaires » - New York Times
« La règle est simple, dès qu'on participe, la qualité de la conversation monte en flèche » - O Globo (Brésil) .	« Nos lecteurs débordent d'énergie et ont l'œil pour distinguer les forces et faiblesses des contenus qu'on leur propose. Cela fait de nous de meilleurs journalistes et nos Rédactions sont bien plus ancrées dans le monde d'aujourd'hui » - Wall Street Journal

Observations :

- Les opinions extrêmes sont le fait d'une minorité
- On trouve dans les commentaires une quantité appréciable d'informations utiles.
- Le participatif est une fenêtre permettant de mieux comprendre comment les lecteurs voient l'Actualité et la façon dont elle est traitée par les journalistes.
- Le choix de débat – et son intitulé – conditionnera fortement la qualité des échanges (approuvé par Eurosport.fr)
- Un article aborde souvent un sujet sous plusieurs angles
- Difficile d'obtenir un débat constructif si les uns et les autres commentent un angle différent, les commentaires s'empilent sans ordre logique
- L'ego est un des moteurs principaux du commentaire (être lu, vu et/ou publié)

***Le dilemme :** faut-il privilégier le volume, et laisser en ligne les commentaires suivant l'idée que ces commentaires sont le reflet de ce que pensent les lecteurs, idiots ou pas ? Ou faut-il supprimer les commentaires dont la rédaction juge qu'ils n'apportent ni fond, ni débat au sujet, voire qu'ils n'ont rien à voir avec le sujet du tout ?*

Pourquoi faut-il garder les espaces de commentaires accessibles ?

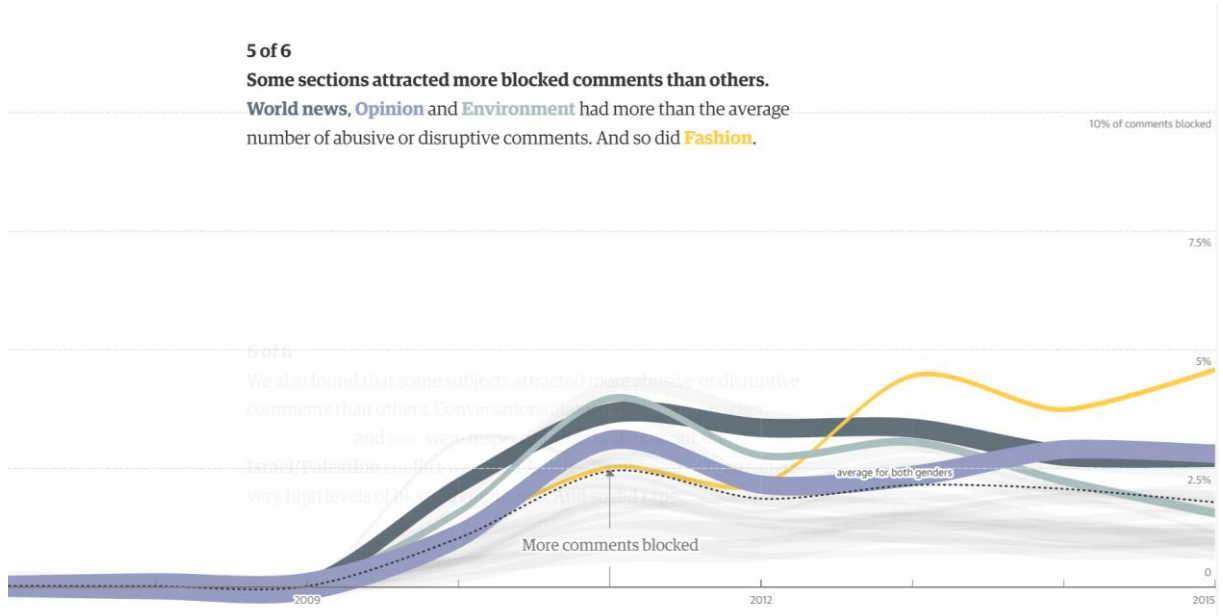
*« Mais à son meilleur, notre section commentaires (Code Switch) rend notre travail mieux, notre journalisme plus fort, et Code Switch plus précieux pour ses utilisateurs. Parfois, nous apprécions les commentaires tant que nous demandons aux utilisateurs de les développer dans des messages complets. Et souvent, **ils approfondissent notre pensée** » - Matt Thompson*

Ils fournissent du trafic et permettent de créer une communauté d'internautes basée sur le sens du partage et de l'échange entre journalistes et lecteurs ou entre lecteurs et lecteurs.

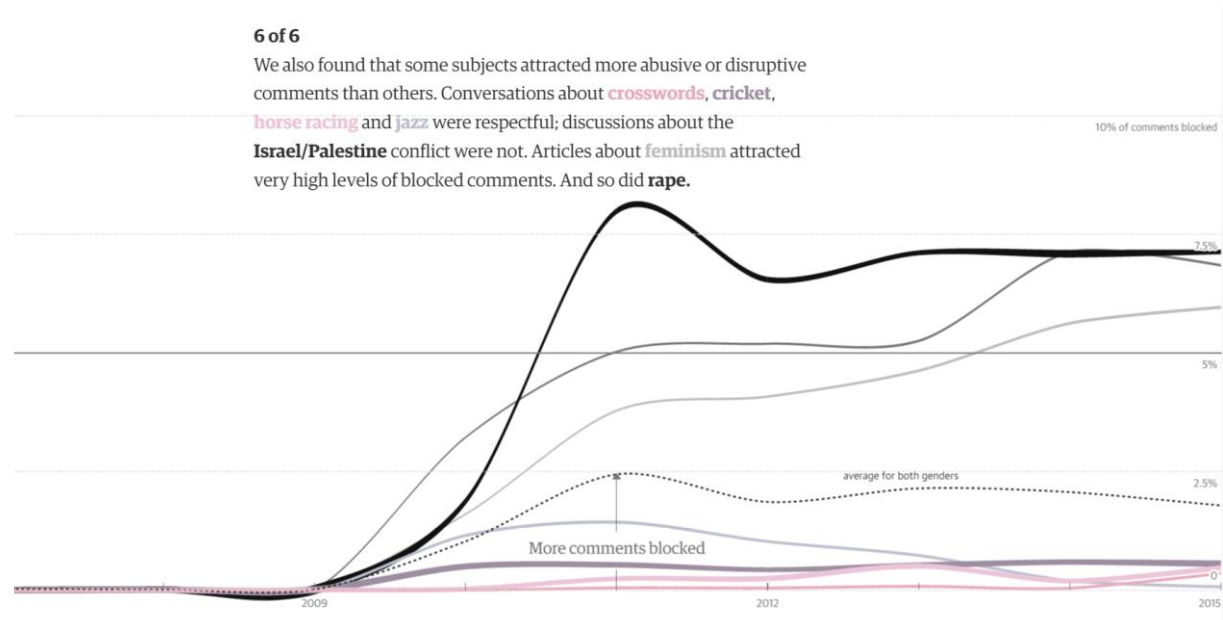
Ils permettent d'apporter une valeur ajoutée à l'article lorsqu'ils sont bien argumentés et fondés sur des bases solides qui mêlent intelligence, analyse approfondie et surtout respect. Le fil de discussion sur **le blog de Ta-Nehisi Coates** dans The Atlantic en est le meilleur exemple.

Le lecteur (ou futur commentateur) se sent valorisé car on lui donne l'opportunité de s'exprimer et de faire partager son opinion. Ceci, permet justement de donner lieu à des conversations civilisées et enrichissantes car même les critiques deviennent constructives pour le journaliste qui a écrit l'article par exemple. En conséquence, un échange entre les deux peut avoir lieu (ou devrait avoir lieu).

Quels sujets sont les plus sensibles à des propos diffamatoires ?



Source : <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/12/the-dark-side-of-guardian-comments>



Source : <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/12/the-dark-side-of-guardian-comments>

Influence des commentaires (trolls particulièrement) sur l'opinion des lecteurs, celle du public en général et leur impact sur les journalistes

« Il y a un jeu auquel j'aime jouer de temps à autres, écrit sur The Atlantic Adam Felder, spécialiste de l'analyse de l'univers numérique. *Combien faut-il que je lise de commentaires sur Internet pour perdre foi en l'humanité ? Trop souvent la réponse est : **un commentaire*** ».

« *Même sur les sites où les lecteurs sont intelligents et prévenants, les commentaires ont tendance à être des listes d'idées avancées sans lien les unes avec les autres plutôt qu'un vrai débat* » - Adam Felder.

« *Même une petite minorité exerce suffisamment de pouvoir pour fausser la perception d'un article par les lecteurs* » - Suzanne LaBarre, responsable des contenus en ligne citant au passage (une étude très intéressante de l'Université of Wisconsin-Madison).

Résultat de l'étude :

➔ Plus les commentaires sont désagréables, plus les lecteurs se radicalisent et se polarisent sur le contenu de l'article, même si celui-ci est très modéré.

« *Imagine going to work every day and walking through a gauntlet of 100 people saying "You're stupid", "You're terrible", "You suck", "I can't believe you get paid for this". It's a terrible way to go to work* » - Jessica Valenti, journaliste au Guardian.

« *Even if I tell myself that somebody calling me a nigger or a faggot doesn't mean anything, it has a toll on me: it has an emotional effect, it takes a physical toll. And over time it builds up* » - Steven Thrasher, journaliste au Guardian.

« *Mon nom de famille rappelle celui de vieilles familles catholiques irlandaises. Sans même avoir lu mes papiers, des lecteurs prétendent que mon travail est biaisé, juste parce qu'ils ont des croyances sur mon patronyme* » - Mary O'Hara, journaliste au Guardian.

Pour Nick Denton, les journalistes, anticipant les railleries qu'ils pourraient provoquer, en viendraient à « *avoir peur d'écrire certains articles* ».

➔ La crainte de recueillir des commentaires négatifs provoquerait même, dans les rédactions, de « l'inhibition », **les journalistes se censurant pour éviter les tacles**. Telle serait la véritable tragédie des commentaires.

*Solutions alternatives aux espaces de commentaires autres que le bannissement ou
amélioration du système de gestion existant*

- **Ne sélectionner que les messages jugés comme bien argumentés**, quelle que soit l'opinion exprimée. Exemple : Helsingin Sanomat (Finlande) a rajouté le bouton « bien argumenté » (aller plus loin que le bouton « like »)
- Changer la forme comme le site web Quartz (USA) n'a pas de commentaires mais des **annotations** sur le coté de chaque paragraphe d'article
➔ Les lecteurs ne commentent plus un article mais une idée ou une information, développée dans un paragraphe spécifique.
- The Coral Project : Le projet doit permettre à tous les médias **d'identifier les meilleurs contributeurs et tirer un bénéfice éditorial des contributions de leurs communautés**.
➔ Passer d'une logique de « dites ce que vous voulez, qui que vous soyez » à « voici comment nos lecteurs participent aux débats » et de **donner aux rédactions les moyens de faire remonter les meilleurs commentateurs**, ceux qui se distinguent par la pertinence de leurs commentaires.
- Centrer les échanges sur une thématique particulière (poser une question précise aux lecteurs à la fin de chaque article) comme le cas de Standaard (Belgique) où les questions figurent en bas de l'article et les meilleurs commentaires figurent dans le journal papier du lendemain.
- Recruter des Community Managers, en plus des modérateurs (avoir les moyens financiers nécessaires)
- Faire une revue de commentaires (Le Point), mettre en avant les meilleurs commentaires (Le Figaro) ☞ Flatter l'égo du commentateur
- Participer aux conversations
 - *Le lecteur est entendu et son opinion est prise en considération ☞ La conversation devient constructive.
 - *Les 'trolls' se font plus timides + possibilité de s'entretenir virtuellement avec les journalistes.

Yann Guégan, community manager de Rue89, veut être positif : « *l'intérêt de cohabiter avec les trolls, c'est qu'il y a un côté difficulté intellectuelle, façon "L'Art de la guerre", pour trouver comment les contrer.* » « *Les trolls font partie du jeu*, confirme Michel Lévy-Provencal, ex-directeur du studio multimédia de France 24, et organisateur des conférences TEDx à Paris. *Quand les journalistes s'exposent sur le Net, les "trolleurs" les prennent comme objets de discussion. C'est un grand classique* »

Solution1 : Tagage des commentaires

➔ Exemple : site Gawker

Selon les explications données le 14 septembre dernier, les commentaires ineptes peuvent désormais **être tagués individuellement**, par les modérateurs, de mots-clés pas très charitables, tels que **#horssujet** ou **#bancal**.

Ils sont alors sortis de l'article où ils ont été postés à l'origine, et deviennent visibles dans des pages taguées selon les catégories suivantes: «patrouille de trolls» (**#trollpatroll**); «fans de» (**#fanboys**) pour les «gens qui ont perdu tout sens critique au profit d'une marque ou d'une idée, et qui sont fermés à toute discussion»; «suspension de séance» (**#timeout**) pour ceux qui méritent d'être bannis; «zone fantôme» (**#phantomzone**) pour ceux qui ne savent pas écrire correctement deux phrases et font des remarques stupides; et «bruit» (**#whitenoise**) pour «ceux qui parlent de rideaux alors que l'article porte sur tout autre chose».

⇒ La correction par l'exposition publique au ridicule, donc, plutôt que par l'éviction.

Solution2 : Le statut de commentateur VIP, façon *Huffington Post* et *Reuters*

Comme sur le *Huffington Post*, *Reuters* a institué un système selon lequel **les commentateurs passent des niveaux**, et obtiennent des « pouvoirs » au fur et à mesure de leur progression, comme dans un jeu vidéo.

Au début, ils sont simples « **nouveaux utilisateurs** », leurs commentaires **sont modérés a priori par la rédaction de Reuters**. A chaque fois que l'un de leurs commentaires est validé, ils **gagnent des points**. Au bout d'un certain nombre de points, ils deviennent « **utilisateurs reconnus** », et là, leurs commentaires sont validés a priori – c'est-à-dire qu'ils sont publiés aussitôt qu'ils sont écrits, **sans devoir attendre la validation du modérateur**.

A l'issue de ce comptage, l'utilisateur reconnu peut accéder, au bout d'un certain nombre de points, **au statut d'utilisateur VIP, expert**, etc. « *Ce système n'est pas parfait, glisse Dean Wright, mais nous pensons que c'est un début qui facilitera les échanges civiques et récompensera une discussion ouverte à toutes les franges de la société* »

Solution3 : Classement des commentaires

Le Daily Mail a organisé son flux de commentaires en quatre catégories : les plus récents, les plus vieux, les mieux notés, et les moins bien notés.

→ Façon de gérer le flux et laisser les autres utilisateurs décider, en votant, de la qualité des réactions.

Rue89 le fait aussi, dans une **moindre mesure** : la rédaction sélectionne les commentaires les plus enrichissants sur un article, lesquels s'affichent par défaut sous le contenu, alors que les autres sont moins visibles, et les internautes peuvent voter pour un commentaire – mais une bonne évaluation ne provoque pas la remontée en tête du fil du dit commentaire, précise Yann Guégan.

- Faire Payer les commentaires à l'image du site TABLET

« Au lieu d'interdire tous les commentaires [...] nous demandons à ceux qui veulent commenter les articles de payer une somme symbolique [...] pour défendre l'idéal du bon débat d'idées. Les prix sont faibles car nous ne cherchons pas à gagner de l'argent avec ça, nous voulons juste mettre en place des standards élevés afin de faire fuir les pires commentateurs » Alana Newhouse, rédactrice en chef de TABLET.

Qu'est-ce qu'un « bon commentaire » ?

Peut-on utiliser des algorithmes pour qualifier un commentaire de « bon » ?

“Just like a good quote, a good comment illustrates and adds to your understanding of a story, drawing on experience or expertise to crystallize an important perspective” – Nick Diakopolous

« The best comments are thoughtful and reflective, respectful and fair, all while being accessible and easy to read and follow. A great comment is one that can be quoted in the story itself without the reader batting an eyelash.” – Nick Diakopolous

Une expérience a été réalisée par Diakopolous qui a pour but d'examiner si des algorithmes pourraient être utilisés dans la détermination de la qualité des commentaires. Ces algorithmes comparent les différents commentaires et les classent selon leur facilité de lecture, ton et intérêt

Résultat : les commentaires choisis par les algorithmes correspondent à ceux jugés « bons » par les lecteurs.

Le Coral Project est un projet réalisé par qui s'intéresse aux commentateurs contrairement à l'outil développé par Diakopolous et repose sur le principe suivant : **Estimer la probabilité qu'un commentateur laisse un « bon » commentaire en se basant sur son historique.**

Un bon commentaire contrairement à un « troll » a plus de chance de donner lieu à un débat structuré, civilisé et bien argumenté.

“Research suggests that positively cueing people within the comments can signal to the community what 'good behavior' looks like. I believe that showcasing the best comments sets the tone and expectations and can lead to better discourse over time.” – Nick Diakopolous

Comment prévenir les trolls autrement que la modération

➤ **Bannir L'anonymat :**

« Si vous vous considérez comme beaucoup moins responsables de vos actes, notamment en vous abritant derrière l'anonymat et la masse, vous avez plus de chances d'avoir des comportements moralement douteux »

➔ Le célèbre psychologue spécialisé dans les questions sociales de l'Université de Stanford, Alfred Bandura, dans ses études sur le rôle des groupes et des médias dans la violence montre que **quand la responsabilité individuelle devient plus diffuse, les gens ont tendance à déshumaniser les autres et à devenir plus agressifs envers eux**

- Distinguer les « Trolls » (faux profils créés à la chaîne contenu hostile, nuire à l'image de l'organisation ou journal visé) des « Antis » (vraie identité, contenu hostile, arguments fournis et documentés, opinions réfléchies)
- Rester à l'écoute du bruit de fond généré par vos « haters » pour anticiper une crise en mettant en place des alertes ciblées sur des signaux faibles qui sont de potentiels sujets d'actualité dans certains domaines.
- Faire appel à la charte ou signaler via les formulaires disponibles sur Twitter, Facebook ou autre.
- Réchauffer la communication (signer par votre nom, adopter un ton humain et personnel)
 - ➔ Neutraliser la nocivité de leur ton et désamorcer leur rhétorique complotiste.

Pourquoi fermer les espaces des commentaires alors que les trolls ne représentent qu'une minorité ?

(2014) Il y a quelques semaines, toujours aux Etats-Unis, le National Journal, a décidé lui aussi d'interdire les commentaires sur la plupart de ces articles. En conséquence, l'implication des lecteurs s'est nettement améliorée. **Le nombre de pages vues par visite a augmenté de plus de 10%, le nombre de visiteurs uniques de 14% et les lecteurs revenant sur le site de plus de 20%.**

Frise chronologique traduisant les principales raisons de la suppression des commentaires :

Evènement	Date	Description
Lancement du site Quartz sans sections de commentaires	4 Septembre 2012	The Atlantic lance le site web “Quartz” en ôtant la possibilité aux lecteurs de s’exprimer en dessous des articles publiés. La raison d’une telle décision fut prise parce que les commentaires laissés par les lecteurs conduisent rarement à des débats bien argumentés et des conversations intéressantes. Pour y remédier, le Quartz optera alors un peu plus tard pour un système d’annotations permettant au lecteur d’annoter un ou plusieurs paragraphes de l’article et ainsi exprimer une opinion sur un sujet bien précis.
Popular Science laisse tomber les espaces de commentaires	24 Septembre 2013	Le magazine américain « Popular Science » ferme son espace de commentaires sous prétexte que les commentateurs influencent énormément l’opinion du lecteur ce qui par la suite aura une conséquence significative sur l’opinion publique. Cette dernière jouant un rôle important dans les décisions concernant la poursuite de certaines recherches, il s’avère alors judicieux de ne pas altérer l’avancée technologique ou autre par de tels propos.
Chicago Sun-Times suspend l’accès à l’espace des commentaires	12 Avril 2014	De nombreuses questions soulevées par l’équipe du Chicago Sun-Time concernant la qualité des commentaires laissés sur leur site web et le ton pris par ces auteurs conduisent à la suspension des espaces de commentaires pendant une certaine période qui s’étend même jusqu’à maintenant vu que certains articles sont dépourvus de cette option. L’équipe cherche encore des solutions alternatives pour remédier à ces problèmes.
CNN ferme les commentaires sur la plupart de ses publications	Aout 2014	CNN, la chaîne d’information américaine, ferme discrètement les commentaires sous certains articles et ce, pendant la période de protestation de Ferguson au Missouri. La sélection d’articles se base sur la possibilité d’un débat intéressant intellectuellement parlant et sur la capacité des lecteurs à pouvoir interagir en exprimant des opinion poussées et bien argumentées. Les éditeurs de leur côté interviennent par la modération de ces conversations.
Reuters ne laisse ouverts les commentaires que certaines sections	7 Novembre 2014	Le rédacteur en chef de Reuters, Dan Colarusso, prétend que, de nos jours, le débat s’est déplacé sur les réseaux sociaux qui offrent une plateforme de partage d’opinions plus avantageuse que celle des espaces de commentaires surtout pour les sujets d’actualité. De plus, ces sites suivent une charte de modération bien définie ce qui leur permet de filtrer les discussions et contrôler les abus.
Recode ferme ses commentaires	20 Novembre 2014	Le nouveau site du magazine Popular Tech suit la tendance et partage particulièrement l’opinion du rédacteur en chef de Reuters concernant le rôle que jouent les réseaux sociaux dans l’alimentation des débats sur différents sujets affirmant que les réseaux sociaux offrent une opportunité meilleure aux lecteurs de s’exprimer et d’avoir des « feedbacks ».

The Week ferme l'accès aux commentaires pendant l'été	15 Décembre 2014	<p>La vague de fermeture des espaces de commentaires continue de plus belle. Cette fois c'est The Week qui en est l'auteur.</p> <p>En effet, accordant beaucoup d'importance à ses lecteurs et respectant leurs opinions et leurs attentes, le site, en vue du lancement d'un nouveau design en 2015, préfère se débarrasser radicalement des trolls et des abus qui polluent l'espace des commentaires de plus en plus en se cachant sous de faux profils. De plus l'équipe de The Week estime que le rôle de leur site se limite dès à présent à fournir l'information et non en débattre, chose qui se fait maintenant sous les réseaux sociaux.</p>
Réouverture du site web de Bloomberg sans espaces de commentaires	27 Janvier 2015	<p>Après des mois d'absence, le site de Bloomberg rouvre ses portes pour accueillir un public plutôt mitigé et assez surpris quant au nouveau look qu'il offre notamment l'absence d'espaces de commentaires en a surpris plus d'un. Topolsky, confiant, explique que la décision a été approuvée par tous surtout que plusieurs sites comme Reuters et Recode ont fait de même. En effet, il affirme que les journalistes préfèrent maintenir un contact externe avec le lecteur sur les réseaux sociaux ou autres car ils ont plus de chances de toucher l'audience vu que les commentateurs ne représentent qu'une minorité.</p>
Le site The Verge annonce la fermeture des sections de commentaires	6 Juillet 2015	<p>Devant le désenchantement provoqué par certains commentaires laissés sous leurs publications (emploi d'un ton agressif, propos haineux...etc.), l'équipe de The Verge décide de faire une petite pause pendant l'été en mettant en sourdine les commentaires préservant ainsi la relation qu'ils ont bâtie avec leurs lecteurs sous une base solide et forgée par le respect.</p>
WIRED lance une nouvelle forme de post	7 Juillet 2015	<p>Le site web du magazine WIRED qui se concentre essentiellement sur l'incidence de la technologie dans les domaines de la culture, de l'économie et de la politique décide de lancer un nouveau format « short post » n'incluant en aucun cas la possibilité de commenter</p>
The Daily Dot ferme ses espaces de commentaires	27 Juillet 2015	<p>L'équipe de The Daily Dot affirme que vu la position qu'occupe leur site dans la vie publique et plus particulièrement dans les communautés en ligne, l'espace de commentaires se voit être de plus en plus inutile vu que le contenu fourni par leurs publications ne cesse de se déplacer sur les réseaux sociaux où le débat prend une ampleur plus intense.</p> <p>De plus, suite la polémique causée par Gamergate ou Celebgate en 2015, les journaux tout comme les réseaux sociaux essaient désespérément de mettre en marche des dispositifs de lutte contre le troll</p>
The Daily Beast jette les commentaires aux oubliettes	19 Aout 2015	<p>Twitter et Facebook font rage et l'équipe de The Daily Beast n'y est pas passée à côté c'est pour cette raison qu'elle décide en Aout de 2015 de fermer leurs espaces de commentaires en attendant de trouver une alternative plus interactive.</p>
Motherboard annonce le remplacement de la section de commentaires par un courrier hebdomadaires	5 Octobre 2015	<p>Après plus d'un an de débat acharné sur la question fatidique : Faut-il garder les espaces de commentaires fonctionnels ? la décision est prise et Motherboard ferme la section des commentaires sous prétexte que ce n'est pas le meilleur moyen d'avoir des conversations de qualité. L'équipe s'engage par ailleurs à trouver de nouvelles</p>

		manières de dialoguer, de s'exprimer, de communiquer, de partager et de critiquer parce que tous comme ses lecteurs ils privilégient la qualité à la quantité.
Reddit lance son nouveau site Upvoted sans possibilité de commenter	6 Octobre 2015	En dépit du nom qu'il porte, le nouveau site lancé par Reddit ne comportera pas de système de classement ou de vote et encore moins d'espaces de commentaires. C'est une nouvelle expérience pour le magazine Reddit qui veut reprendre les choses en main en tout ce qui concerne le contrôle des contenus abusifs sur le site. Néanmoins, chaque publication sur Upvoted sera rajoutée sur le forum de Reddit où le lecteur aura l'occasion de la commenter.

Psychologie des Trolls : Sont-ils réellement des sadiques ?

« Je ne pense pas qu'ils souffrent d'autres pathologies. Je le dis un peu légèrement mais pour être tout à fait sérieux, un troll, c'est une personne comme une autre. C'est la situation en ligne qui est le plus largement responsable du trollage » - Yann Leroux, docteur en psychologie et psychanalyste.

Pourquoi troller?

➔ Se trouver dans une situation d'individuation, il y a une désinhibition, totale, partielle. Il n'y a aucune raison de rougir à cause de ce que l'on fait puisque les gens à qui on porte tort ou les comportements délictueux ou plus ou moins pervers qu'on a en nous ne peuvent pas être rattachés à notre personne. *« Après, on a chacun en nous un troll »*

Dans quel but ?

« On entre dans quelque chose qui est un peu au-delà du troll. Le troll normal d'internet, n'a pas d'autre objectif que de vous faire tourner en bourrique. Si le but est de faire consciemment, d'attaquer une personne, là, on rentre dans quelque chose d'autre que le trollage » - Yann Leroux

*Façons de modérer les commentaires : Laquelle choisir ?
Comment révolutionner les espaces des commentaires sans les fermer ?*

Modération :

- Des modérateurs + une autorégulation : *Reddit, Metafilter* (Les membres paient \$5 pour avoir le droit de poster et de commenter)
- Des journalistes à temps partiel : *NYT Picks*
- Les lecteurs en soi : Civil Comments (plateforme qui incite les gens à examiner les commentaires existants avant d'autoévaluer les leurs).

Une expérience Nouvelle :

- Classification des commentaires :
Classer les meilleurs commentaires sans toucher à ceux de mauvaise qualité (*Upvote the good stuff but not downvote the bad stuff*)
Les « bons » commentaires se trouveront au sommet de la pile des commentaires et cela reflètera une image positive du site (Hacker News, Slashdot, Product Hunt) + filtrer les abus
- Penser les commentateurs et les lecteurs comme de potentiels écrivains (*Ask Metafilter, Ask Reddit, Captain Awkward*) : inciter leurs lecteurs à donner -et recevoir par a même occasion- des conseils.
- Permettre au lecteur de donner son avis autrement que par laisser un commentaire en dessous de l'article : Annoter « in-line » + possibilité d'ajouter du contenu (*Medium, Genius*)
- Possibilité d'avoir des interviews en direct avec les lecteurs (Dialogue, plateforme de *Digg*, Writing sessions de *Quora*, les AMA de *Reddit*)

Exemple : Consider.It

- ⇒ Demande aux utilisateurs d'identifier leur façon de penser sur un sujet bien particulier de façon progressive en suivant certaines étapes explicitées sur le site au tout début.
- ⇒ Le site est actuellement utilisé pour récolter des retours su un documentaire sur le futur développement de la ville de Seattle. Le format du site facilite le traitement de ses données car il est plus facile e voir qui est d'accord et qui ne l'est pas.

“Consider.it and the other discussion systems I've created are built on the observation that text-based communication, like email and online comment boards, make it easy to speak into, but hard to listen through,” – Travis Kriplean, scientifique et créateur du site Consider.It

“When we're face to face, we can use body language, like nods and furrowed brows, to communicate whether the speaker's message is getting through. We lose much of that when we move to text-based mediums, which creates all kinds of problems, like people shouting louder and more aggressively because they feel like they are not being heard. I've been trying to create systems that makes it easier for people to actively listen to each other.”

Déplacement des communautés d'infos sur les réseaux sociaux : entre « j'aime » et « je partage », l'opinion publique se dessine-t-elle autrement ?

- Plus de likes que de commentaires sur les articles → plus d'internautes qui « likent » les contenus d'information que d'internautes qui les commentent.
 - Une prise de parole en clic plus généralisée qu'une prise de parole en mot.
- Les plates-formes en ligne et les réseaux sociaux numériques ouvriraient donc l'expression semi-publique à des personnes qui ne s'expriment pas nécessairement dans d'autres contextes, mais discuter n'a de sens que si d'autres personnes interagissent
 - L'activité se concentre sur certains sujets de réunir un « presque public »
- Analyse du sous-corpus des 800 articles de Rue89
L'indicateur de pages vues par article est plus concentré que l'indicateur de shares, lui-même plus concentré que les likes eux-mêmes plus concentrés que les commentaires].
 - Les « publics » globalement lisent plus d'articles qu'ils n'en commentent

Pour justifier sa décision, Roland de Courson, le coordinateur des blogs AFP souligne en effet que plusieurs grands médias américains – ont également fait le choix de supprimer leur espace réservé aux commentaires :

« Depuis environ un an, plusieurs autres médias en ligne - dont CNN, Reuters, Bloomberg, The Daily Beast ou encore The Toronto Sun – ont déjà pris des mesures similaires, pour les mêmes raisons. Alors que les discussions les plus riches et les plus vivantes se déroulent sur Twitter, Facebook ou d'autres forums en ligne, les commentaires pertinents sont de moins en moins nombreux sur nos blogs en français, anglais et espagnol. »