

Faut-il faire vivre les commentaires sous les articles de presse ?

Kamélia DAUDEL

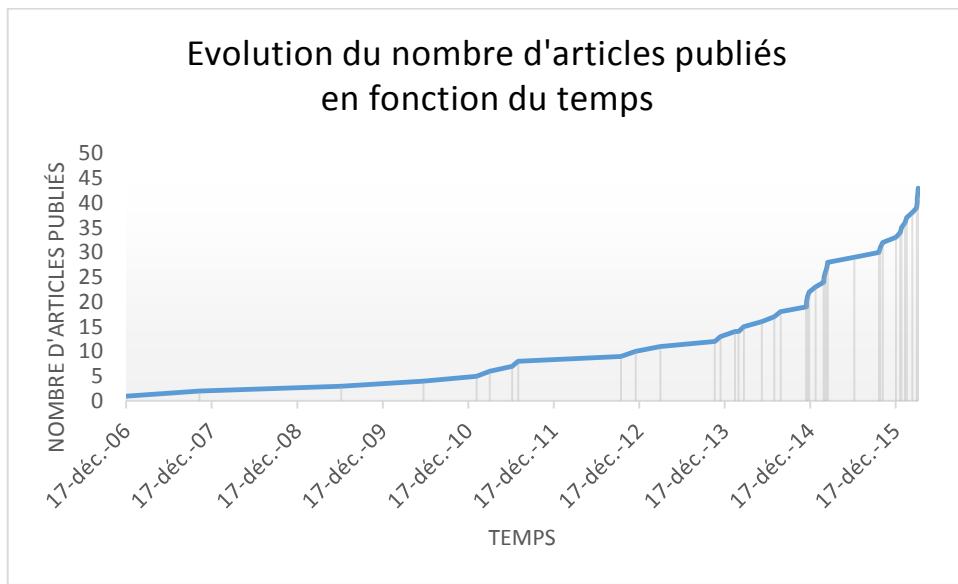
I. Structure :

Notre corpus est constitué de 45 articles, qui proviennent de sources variées, tant temporellement que spatialement (et même politiquement).

Il a été constitué à l'aide de recherches successives sur Europresse. Parmi les premiers mots-clefs sélectionnés on peut citer « espace de commentaire » et « commentaire » qui ont chacun conduit à des résultats infructueux. Très vite, il est apparu clair qu'il fallait avoir recours à des mots-clefs plus efficaces pour obtenir des contenus adéquats concernant la controverse. Nous pouvons citer notamment : « modération », « Coral project », « troll »... De plus, les premières recherches ont permis de souligner que la controverse s'étalait dans le temps et que l'apport de la presse étrangère était considérable. En effet, constater l'évolution de l'espace de commentaire et de sa perception fait partie intégrante du sujet.

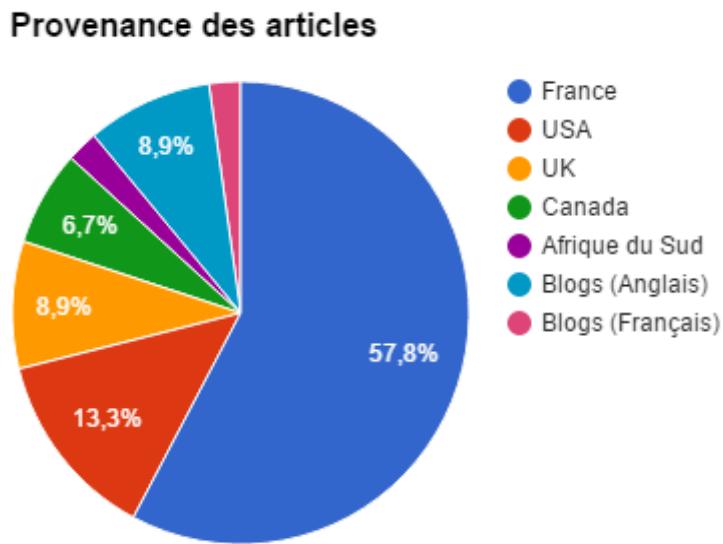
Enfin, le choix des articles à intégrer dans le corpus à l'issue des recherches s'est fait de la manière suivante : la plupart des articles avaient un nom explicite en rapport avec le sujet ce qui permettait de repérer aisément les contenus susceptibles d'être pertinents. Lorsque plusieurs articles traitaient du même aspect, une rapide lecture de chacun suffisait pour déterminer l'intérêt de l'inclure ou non dans le corpus, associée à des questionnements récurrents : « Ces deux articles se répètent-ils ? », « Est-ce parce que les acteurs concernés sont nombreux à avoir le même avis sur ce sujet ? », « Obtient-on un avis différent dans cet article ? ».

I.1. Un corpus diversifié temporellement



Les articles traitant de la controverse s'étalent de 2007 jusqu'à maintenant. Nous verrons par la suite pourquoi 2007 représente une année significante dans le cadre de notre étude. Nous remarquons une densification du nombre d'articles publiés sur le sujet à partir des années 2013 traduisant un débat qui prend de l'ampleur et intéresser de plus en plus d'acteurs.

I.2. Un corpus diversifié spatialement



La répartition spatiale des articles de notre corpus est large. Nombre d'acteurs se sont intéressés au système des commentaires sous les articles de presse.

II. Description et problématisation de la sélection des textes

En accord avec les remarques dans la partie précédente, nous avons voulu dans ce corpus mettre en valeur les changements de perspectives qui se sont effectués au fil des années. Nous avons également recherché la diversité dans la provenance des sources.

Il est par exemple fort intéressant de voir que dans un article paru dans un journal sud-africain, on place la dignité de l'individu et son droit à ne pas subir la diffamation devant la liberté d'expression. La personne en question qui avait été souillée par les commentaires n'était autre qu'une femme noire et dans l'article était mentionnée l'époque de la ségrégation (*Nothing social about network comments*).

Ou encore de remarquer que dans un article publié chez Marianne (*Qui sont les trolls qui nous pourrissent Internet ?*), il est dit que les espaces des commentaires sont pris d'assaut par les extrémistes de droite, alors que dans une interview, Jérémie Mani, le président de l'agence de modération Netino parle quant à lui de militants de gauche et de droite ("Si vous ne modérez plus les commentaires, c'est le chaos").

III. Récit :

« En octobre 2000, deux ingénieurs établis dans la Silicon Valley, James Hong et Jim Young, lancent un site appelé Hot or Not (« Sexy ou pas »). »¹. Il s'agit des prémisses du web participatif, connu aussi sous le nom de Web 2.0. Pour la première fois, on sollicite l'avis de l'internaute. Cette tendance va s'amplifier les années suivantes, avec notamment la création de FaceBook en 2004 et de YouTube une année plus tard.

Entre les années 2003 et 2007, on observe d'ailleurs la naissance des premiers sites d'informations participatifs, donc celle d'AgoraVox en 2005 et celle en 2007 de Rue89, « site lancé par trois anciens de Libération se voulant un lieu à trois voix (journalistes, experts, internautes) »². L'engouement s'est emparé de tous et les médias traditionnels - Libération avec son « contrejournal », Le Monde avec Lepost.fr » rejoignent également le mouvement. A ce stade, le

¹ Le Temps, jeudi 22 octobre 2015 : *Comment survivre à l'ère du commentaire* par Nic Ulmi

² Stratégies, jeudi 25 octobre 2007 : *Faut-il fermer le robinet à commentaires ?* par David Medioni

participatif est pensé comme une formidable évolution, l'interaction avec le lecteur comme le moyen idéal pour améliorer la qualité des débats et des articles.

Cependant, à partir de l'année 2007, le regard sur le participatif n'est plus le même. A l'unanimité, tous reconnaissent, même les sites basés entièrement sur le participatif tel AgoraVox, la nécessité d'une modération des contenus publiés par les internautes. En effet, tous ont fait face à des commentaires hors de propos, « racistes ou diffamatoires » et la loi les oblige à réagir. Le système des commentaires est alors remis en question. « Quatre ans après l'avènement de l'Internet participatif, les responsables des sites et des blogs cherchent la meilleure formule pour encadrer les interventions des internautes »³. Il faut dire que la relation entre le journaliste et le commentateur a complètement été modifiée par l'apparition du participatif : « Avant, les journalistes disaient au public ce qu'il devait penser. Aujourd'hui, la parole du public est devenue évangile. On est en plein "café du commerce" ! » ». Le commentateur a pris le pas sur le journaliste, souvent pour le critiquer dans sa démarche ou pour déverser son venin. Et alors que tout un chacun se demande si laisser l'internaute intervenir ou commenter présente un intérêt réel, on entre dans le cœur de la controverse et les avis commencent à diverger.

Se développe alors l'idée chez certains qu'il faut parvenir à mettre en valeur les participations pertinentes de l'internaute. Pour ce faire, de nouveaux modèles sont proposés comme par exemple instaurer un système de vote et mettre en avant les commentaires les plus intéressants « « Nous avons élaboré une charte dans laquelle nous expliquons qu'un commentaire doit enrichir le débat, donc nous allons désormais mettre en avant les meilleurs d'entre eux », confie Laurent Mauriac, cofondateur [de Rue89] »⁴. Cette idée est essentielle et se retrouvera sous différentes formes par la suite.

Dans les années 2010, on observe une rupture brutale : « Depuis le début des années 2010, la culture du commentaire paraît en crise. En 2012, le développeur de logiciels newyorkais Dave Winer, « la personne que l'on désigne souvent comme la première à avoir rendu possibles les commentaires sur un blog, a désactivé cette fonction sur son propre site », signale Reagle »⁵. En 2013, le site Popular science est le premier à fermer son espace de commentaire sous ses articles. Sa raison : « Nous nous sommes engagés à promouvoir un débat intellectuel vivant, comme nous nous sommes engagés à porter la bonne parole scientifique le plus loin possible. Le problème, c'est quand les trolls et les robots spameurs submergent le premier, ils diminuent notre capacité à faire le second. »⁶.

Parallèlement, d'autres sites se développent, faisant fi de la tradition des commentaires sous les articles de presse, dont notamment Quartz : « Dès 2013, le site Quartz offrait à ses lecteurs la possibilité non pas de commenter un article, mais plutôt un paragraphe spécifique. La logique derrière cela fait du sens : plus on commente quelque chose de précis, plus on a de chance d'être précis soit même. Cela évite la cacophonie des commentaires entassés les uns sous l'autre et commentant chacun un sous-angle différent du même article. »⁷

S'ensuit l'année suivante une vague de fermeture d'espaces de commentaire qui ne semble rien présager de bon: Reuters, Re/code, The Week et Mic sont des exemples de site qui ont fermé leurs espaces de commentaires cette année-là. Pourtant, la raison invoquée diffère de celle avancée par le site Popular science, et fait intervenir un nouvel acteur, à savoir les réseaux sociaux. « Kara Swisher de re/Code déclara: "We believe that social media is the new arena for commenting, replacing the old onsite approach that dates back many years" ».

Ainsi, ne s'agit-il pas d'une évolution du participatif plutôt qu'un abandon du commentaire pur et simple ? « La culture du commentaire est aujourd'hui à la fois triomphante et en crise. De plus en plus de sites ont éliminé les commentaires, déplorant à la fois leur tendance à déclencher des flambées de haine et leur faible valeur ajoutée en termes de contenus. Quant aux sites qui font du commentaire leur raison d'être, tels que Facebook, ils ont un effet à la fois compulsif et répulsif. ». Le nombre de commentaires ne cesse d'augmenter et les usages du commentaire se

³ Stratégies, jeudi 25 octobre 2007 : *Faut-il fermer le robinet à commentaires ?* par David Medioni

⁴ Stratégies, jeudi 25 octobre 2007 : *Faut-il fermer le robinet à commentaires ?* par David Medioni

⁵ Le Temps, jeudi 22 octobre 2015 : *Comment survivre à l'ère du commentaire* par Nic Ulmi

⁶ Libération, lundi 1 décembre 2014 : *Commentaires : la troll de guerre des rédactions Web. Des sites d'info américains suppriment les contributions des internautes estimant que leur place se trouve sur les réseaux sociaux. En France, le modèle résiste encore* par Isabelle Hanne

⁷ Le Huffington Post – France, mardi 5 janvier 2016 : *En 2016, les commentaires sont morts? Vive les contributions!* par Jérémie Mani

multiplient. En effet, parmi les commentateurs usuels, des mouvements d'extrémistes organisés se développent désormais, requérant un nouveau type de modération.

De nos jours, la volonté qui prédomine est de parvenir à trouver la bonne formule pour interagir avec l'internaute. De nombreux acteurs continuent à croire au potentiel de cette interaction. Tel est en particulier l'objectif du Coral Project, « un outil pour aider les sites médias à améliorer les commentaires en ligne ». « Comment les médias peuvent-ils améliorer la qualité des commentaires sur leurs sites alors qu'ils sont rarement de qualité ? Le Washington Post, le New York Times et Mozilla se sont alliés au sein du Coral Project, a relevé The Guardian. Pilotée par le journaliste Andrew Losowsky, cette communauté d'éditeurs souhaite notamment développer un outil d'aide à une meilleure modération des commentaires »⁸

IV. Analyse :

IV.1. Liste des acteurs :

Différents acteurs s'organisent autour de la controverse. Les acteurs majeurs sélectionnés dans le cadre de notre étude sont les suivants : la presse, les commentateurs, les lecteurs, les modérateurs et les représentants de la loi.

IV.1.1. La presse

La presse est constituée d'une part du journal en lui-même (qui a une réputation, un site, une charte de modération, ...) et de ses journalistes.

Il y a différents types de journaux concernés, à savoir les pure-players (uniquement en ligne, tel rue89) et les journaux plus traditionnels (tel Le Monde).

Du côté des journalistes, les postures aussi sont différentes. Par exemple, les journalistes chez Rue89 s'occupent également de la modération et doivent donc lire les commentaires, à l'instar de certains autres journalistes qui ne se sentent pas concernés par la lecture des commentaires, puisque la modération se fait en externe chez eux. « Je ne lis plus les commentaires, témoigne une journaliste, reflétant l'opinion de beaucoup de ses confrères. »⁹

IV.1.2. Les commentateurs

Il y a une grande variété des commentateurs (à laquelle s'ajoute une grande diversité dans les types de commentaires). Ils peuvent être :

- des journalistes qui répondent à leurs commentateurs,
- des robots spammeurs (« Certains contenus se retrouvent parfois répliqués quelques milliers de fois par un même auteur en à peine deux jours. « Il ne faut pas négliger l'hypothèse de l'utilisation des robots »¹⁰),
- des trolls, « Pourtant, tous les commentateurs ne sont pas des trolls - loin de là. Sur le site marianne.net, les deux à trois dizaines de contributeurs les plus assidus, en majorité des hommes de plus de 50 ans, brossent un tableau plutôt sympathique de leur «communauté». »¹¹
- des groupes d'activistes organisés, « Quel regard portez-vous aujourd'hui sur l'évolution des espaces d'expression de ces dernières années ? J'ai l'impression que le temps de l'internaute un peu grognon, à l'insulte facile, est terminé. Nous avons affaire à des groupes organisés. Militants d'extrême droite, d'extrême gauche, ils sont là pour faire parler d'eux et vont rebondir sur chaque sujet pour s'exprimer. »¹²

⁸ Mind, mardi 2 février 2016 : "Coral Project" : un outil pour aider les sites médias à améliorer les commentaires en ligne par La rédaction de mind

⁹ Marianne, samedi 16 mars 2013 : Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ? par Alexandre Coste; Élodie Emery

¹⁰ Les Echos.fr, mercredi 16 juillet 2014 : Crise à Gaza: les médias français pris d'assaut sur Internet par Benoît Theunissen

¹¹ Marianne, samedi 16 mars 2013 : Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ? par Alexandre Coste; Élodie Emery

¹² La Lettre de l'audiovisuel, Interview, jeudi 4 décembre 2014 : "Si vous ne modérez plus les commentaires, c'est le chaos" par Victor Le Grand

- des commentateurs anonymes ou bien identifiés par leur compte Facebook, « In September last year the Huffington Post announced that all commenters would be required to link their Huffington Post profiles to Facebook accounts verified with a phone number and have their real names displayed when commenting. »¹³
- une communauté sympathique : « Pour Michel, «la cerise sur le gâteau», c'est quand ses interventions sont saluées non pas par les journalistes ou le modérateur, mais par les internautes qu'il apprécie.» »¹⁴
- des commentateurs agressifs, «L'image que cela renvoie de l'humanité est plutôt triste, soupire Jean. On lit tellement d'horreurs, de racisme... On constate une vraie montée de l'agressivité dans les commentaires. Le pire, c'est que les gens ne se lisent pas les uns les autres ; ils crachent leur venin et ils repartent.»¹⁵
- des personnes qui se sentent seules et ont l'impression d'être importantes sur le net...

Les commentateurs sont dans une nouvelle relation envers la presse. « We no longer feel grateful to the media for allowing us to Have Our Say; we feel indignant if they don't. »¹⁶ Ils formulent une critique des médias, donne une opinion qu'il est bon d'entendre. Certains ne comprennent pas toujours pourquoi ils sont modérés et n'hésite pas à le signaler.

IV.1.3. Les lecteurs

Quand on parle de lecteurs, on peut par exemple faire référence aux lecteurs qui ne lisent que les articles publiés ou au contraire ceux qui ne lisent que les commentaires. Le lecteur est également celui qui peut se sentir insulté par certains propos écrits. Il passe alors d'acteur passif à acteur qui agit, avec la possibilité de signaler un commentaire, voire en devenant lui-même un commentateur.

IV.1.4. Les modérateurs

Au niveau de la modération, les modérateurs peuvent être des journalistes, des commentateurs (auto-modération) ou encore des modérateurs travaillant pour le compte d'une agence de modération (tel Netino : " Comme dans la plupart des titres de presse hexagonaux, explique-t-il, c'est une entreprise spécialisée, Netino, qui est chargée de modérer au quotidien les commentaires. Se relayant vingt-quatre heures sur vingt-quatre, une quinzaine de personnes de cette société travaillent de manière étroite avec les équipes du Monde. ")¹⁷.

La modération est effectuée conformément à une charte et peut se faire sous deux formes : *a priori* et *a posteriori*. Dans le premier cas, chaque commentaire est contrôlé avant d'être publié, alors que dans le second cas, la modération s'effectue après la publication des contenus par les internautes.

IV.1.5 Les représentants de la loi

Lorsque la loi établie par les juristes n'est pas correctement appliquée dans certains cas, ceux-ci sont portés au tribunal (par exemple l'affaire Delfi « La Grande Chambre de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) a estimé dans un arrêt publié le 16 juin qu'un portail d'actualité estonien était directement responsable des commentaires injurieux laissés sous un article. »)¹⁸).

¹³ Financial Times, May 24, 2014 : *No comment?* By John Sunyer

¹⁴ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste; Élodie Emery

¹⁵ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste; Élodie Emery

¹⁶ The Independent (London, UK) Saturday, March 19, 2011 : *WHO ON EARTH ARE THESE 'COMMENTERS' ANYWAY? :-)* by Rhodri Marsden

¹⁷ Le Monde, lundi 21 mars 2016 : *Le commentateur et le modérateur* par Franck Nouchi

¹⁸ Le Monde.fr, mardi 23 juin 2015 : *La justice européenne revient sur la responsabilité des sites d'information quant aux commentaires* par Florian Reynaud

IV.2. Liste des arguments

- Faut-il fermer/ne pas ouvrir les commentaires sous les articles de presse ?

POUR :

1. Les commentaires sous les articles de presse n'ont pas leur place sur des sites scientifiques et conduisent à un climat d'agression et de moquerie (argument de type déontologique).

Pour ces raisons, le site Popular Science a fermé sa section commentaire : « Last year, for example, Popular Science, a 141-year-old American magazine, took the radical decision to banish comments from its website. Its editors argued that internet comments at the bottom of an article, particularly anonymous ones, were undermining the integrity of science and led to a culture of aggression and mockery. »¹⁹

2. Les réseaux sociaux constituent le nouvel espace où se déroulent les échanges entre internautes (argument de type social).

Reuters, Re/code, The Week et Mic ont fermé leur section commentaire. Ceci est explicité par Kara Swisher de re/Code : "We believe that social media is the new arena for commenting, replacing the old onsite approach that dates back many years".²⁰

Remarque : Déplacer l'interaction des internautes vers les réseaux sociaux n'est pas un système qui paraît viable pour tout le monde.

3. Les trolls occupent complètement les espaces de commentaire et empêchent, par leur attitude, les autres de commenter. Dès lors, il ne sert à rien de les conserver.

4. Conserver ces espaces nécessite une modération coûteuse. Ce budget serait mieux utilisé si on le consacrait au vrai journalisme (argument économique).

5. Les commentateurs représentent une faible proportion des lecteurs, de ce fait il n'est pas important d'en tenir compte.

Ces trois arguments sont résumés dans l'extrait d'article suivant :

« The note from Mead hits all the usual highlights about why comments are bad, and why sites like Motherboard have decided to get rid of them: 1) They are filled with “garbage” from trolls, and that in turn keeps others from commenting; 2) Moderation would take resources that could be better spent on “real” journalism; 3) Commenters are a small proportion of readers, and therefore not worth bothering with; 4) Social media like Twitter and Facebook exist, and therefore no one needs comments. »²¹

6. On donne trop de pouvoir aux commentateurs dans ces espaces :

Albert Du Roy, ancien directeur de la rédaction de L'Événement du jeudi et d'Antenne 2, entre autres, publie chez Stock La Mort de l'information. « Dans un avenir que je ne connaîtrai pas, les citoyens auront encore plus de pouvoir sur les médias ; or la façon dont ils l'exercent aujourd'hui permet de s'inquiéter sur ce qu'ils feront demain. »²²

¹⁹ Financial Times, Saturday, May 24, 2014 : *No comment?* par John Sunyer

²⁰ Le Huffington Post – France, mardi 5 janvier 2016 : *En 2016, les commentaires sont morts? Vive les contributions!* par Jérémie Mani

²¹ Fortune, October 5, 2015 : *Are comments dead, or have media outlets just given up on them?* by Mathew Ingram

²² Stratégies, Enquête, jeudi 25 octobre 2007 : *Faut-il fermer le robinet à commentaires ?* par David Medioni

CONTRE :

7. Les interactions sur les réseaux sociaux ne peuvent remplacer celles sur les sites d'information initiaux. L'interaction entre le lecteur et le journaliste via le site d'information est importante. Cette thèse est défendue notamment par The New York Times. Il faut tenter d'améliorer le fonctionnement des commentaires, plutôt que de simplement mettre fin à ce système. L'apport de l'internaute est très important, il ne faut pas le négliger.

« Unlike many of the other organizations that have chosen to kill off their comments – including Re/code, Reuters and The Week – the New York Times apparently doesn't believe that social-media networks such as Twitter and Facebook can take the place of reader interaction directly on the Times site. As I've tried to argue before , the fact that those tools exist should be seen as an addition to traditional commenting, not a replacement for it. In addition to the Times, sites like Quartz, Medium and Gawker have been experimenting with ways of improving comments rather than killing them. »²³

« Surtout, à terme, nous assisterons sûrement à un partage des tâches clair entre l'internaute et le professionnel. Le premier s'occupera de produire des reportages tandis que le second fera des enquêtes, vérifiera les infos rapportées et surtout les hiérarchisera. » D'ailleurs, Leonard Brady, fondateur de Nowpublic.com, qui regroupe 120 000 cyber-reporters aux États-Unis, ne déclarait-il pas récemment que « la forme gagnante de journalisme citoyen est le reportage, le regard du témoin ». « Mais tout le monde n'a pas les compétences ou le talent de faire de l'investigation et du travail d'analyse comme un journaliste, ajoutait-il. Les cyber-reporters peuvent faciliter le travail des journalistes et donner l'alerte pour les infos de dernière heure, mais pas les remplacer. »²⁴

« L'année 2016 s'annonce comme celle du tournant en matière de participatif sur les sites d'info. D'ici peu, Le New York Times et le Washington Post révéleront les détails de leur grand projet commun The Coral Project, après avoir consulté plus de 125 entreprises/medias dans 25 pays différents. Projet qui permettra à tous les médias d'identifier les meilleurs contributeurs et tirer un bénéfice éditorial des contributions de leurs communautés. »²⁵

8. Il est difficile de fermer des portes déjà ouvertes (argument pratique).

« Si les journaux laissent les fils de commentaires ouverts, c'est tout simplement pour ne pas passer pour des ringards. »²⁶

9. Commenter est source de plaisir pour les commentateurs. Cela peut bénéficier à tous.

Franz, 66 ans, voit dans le commentaire le moyen de «formuler sa pensée et avancer dans sa réflexion». Roger affirme quant à lui que «les analyses sont parfois très pointues, donc positives pour tout un chacun». ²⁷

10. Ce ne sont pas quelques trolls qui vont détruire un système qui peut profiter à tous.

Carlor Revelli : « Nous n'allons pas remettre en cause une tendance sociologique de fond à cause d'une dizaine de personnes qui viennent exclusivement pour pourrir le flot de commentaires d'un article. Et le fondateur d'Agoravox d'ajouter : « Il faut encadrer les choses en faisant en sorte que les commentateurs puissent être identifiés et en

²³ Blogs - Finance – Gigaom Thursday, February 26, 2015, *While others shut down comments, the NYT wants to expand them*, Mathew Ingram

²⁴ Stratégies, Enquête, jeudi 25 octobre 2007 : *Faut-il fermer le robinet à commentaires ?* par David Medioni

²⁵ Le Huffington Post – France, mardi 5 janvier 2016 : *En 2016, les commentaires sont morts? Vive les contributions!* par Jérémie Mani

²⁶ Atlantico, lundi 4 novembre 2013 : *Écrire des commentaires rend-il con ? Le retour*, par Benoît Thieulin - Dominique Wolton - Guilhem Fouetillou

²⁷ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste; Élodie Emery

instaurant un système de vote sur les interventions. Cette démarche citoyenne doit être poursuivie. Elle permet de réaliser des enquêtes collectives ou, plus largement, à l'internaute de se saisir de l'information. »²⁸

METHODE ALTERNATIVE :

Peut être vue comme pour ou contre

11. Le commentaire sous l'article de presse n'est pas la meilleure forme pour une bonne interaction avec le lecteur (argument pratique).

-> CONTRE : Il faut améliorer le principe.

-> POUR : Certains sites d'information n'ont jamais voulu de commentaires en bas de leurs articles. Cela prouve bien que ce modèle ne fonctionne pas.

Par exemple, pour les sites Quartz et Medium : « Quartz and Medium have both experimented with comments that are tied to specific points in an article — Medium calls them “notes,” and allows the writer to approve them before they appear, and Quartz calls them “annotations.” So far, they seem relatively free of spam and abuse. »²⁹

12. Les commentaires génèrent du trafic (argument économique).

« C'est aussi un multiplicateur de trafic sur le site. Des lecteurs fidèles qui viennent commenter avec régularité, c'est l'assurance d'un nombre de pages vues important. Cela permet ensuite de vendre des espaces de publicité. »³⁰

- Doit-on autoriser les commentaires anonymes ?

POUR :

13. Sous couvert de l'anonymat, les commentateurs tiennent des propos qu'ils n'oseraient pas tenir d'ordinaire :

« Si les attaques bêtes et méchantes et les invectives sont monnaie courante sur le Web, c'est aussi parce qu'elles sont facilitées par le principe de l'anonymat. De l'avis général, se planquer derrière un pseudo autorise des interventions que l'on ne se permettrait jamais dans la vie. »³¹

14. La véritable liberté d'expression ne se dissimule pas derrière l'anonymat.

« I feel that freedom of expression is given to people who stand up for what they say and [are] not hiding behind anonymity, » said editor-in-chief Arianna Huffington. »³²

15. Les sites sont tenus responsables lorsque les commentaires anonymes sont autorisés, il faudrait donc authentifier les internautes.

« The judgment also says that if a commercial website allows anonymous comments, it is both "practical" and "reasonable" for it to be held legally responsible for the contents of those comments. »³³

²⁸ Stratégies, Enquête, jeudi 25 octobre 2007 : *Faut-il fermer le robinet à commentaires ?* par David Medioni

²⁹ Fortune, October 5, 2015 : *Are comments dead, or have media outlets just given up on them?* by Mathew Ingram

³⁰ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste et Élodie Emery

³¹ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste et Élodie Emery

³² Financial Times, May 24, 2014 : *No comment?* By John Sunyer

³³ Financial Times, May 24, 2014 : *No comment?* By John Sunyer

CONTRE :

16. La responsabilité ne va pas disparaître si on enlève l' « anonymat ».

« However, insisting users' link their profiles to social networking sites won't necessarily absolve news websites of responsibility for offensive comments. Nor do social media platforms, priding themselves on their reach and accessibility, consider themselves as censors-in-chief for the entire globe. Besides, it's easy enough to lie about your personal information when registering with social networking platforms and news websites - most only require an active email address. Many users opt for handles or pseudonyms, and regular users frequently develop personae to go along with those handles. »³⁴

17. L'anonymat est source de sécurité pour certains (victimes de persécutions autrement par exemple), les autres s'assument de plus en plus sous leur vrai nom.

"It's also bad news for people who want to comment about sensitive personal issues such as domestic abuse, sexual identity, religious persecution, etc."³⁵

« Sur le fond, les langues se délient : les commentaires s'écrivent de plus en plus de manière assumée, non anonyme. Les gens signent avec leur nom et prénom des propos qui peuvent être racistes ou choquants. Ils n'ont plus besoin de se cacher, ils assument. »³⁶

- Doit-on modérer les commentaires ?

POUR : OUI UNANIME

18. La modération est nécessaire pour supprimer les commentaires injurieux, racistes ou encore diffamatoires.

« Ceux-ci étaient trop souvent racistes ou diffamatoires. »³⁷

19. La loi contraint à la modération.

« Les propos injurieux, racistes et haineux tombent sous le coup de la loi. Ce qui fait que plusieurs médias se retrouveraient juridiquement responsables des propos illicites présents sur leurs espaces d'expression en ligne. »³⁸

- Quels sont les avantages et inconvénients d'une modération a priori / a posteriori ?

20. Une modération a posteriori est préférable pour la spontanéité et la richesse des débats.

«Une modération a posteriori est préférable pour la spontanéité et la richesse des débats» estime Laurent Mauriac, cofondateur de Rue89³⁹.

³⁴ Financial Times, May 24, 2014 : *No comment?* By John Sunyer

³⁵ Financial Times, May 24, 2014 : *No comment?* By John Sunyer

³⁶ La Lettre de l'audiovisuel, Interview, jeudi 4 décembre 2014 : "Si vous ne modérez plus les commentaires, c'est le chaos" par Victor Le Grand

³⁷ Stratégies, Enquête, jeudi 25 octobre 2007 : *Faut-il fermer le robinet à commentaires ?* par David Medioni

³⁸ Les Echos.fr, mercredi 16 juillet 2014 : *Crise à Gaza: les médias français pris d'assaut sur Internet* par Benoît Theunissen

³⁹ Libération, lundi 22 juin 2009 : *La presse en ligne bridée ? Net. Un décret pourrait durcir la modération* par Astrid Girardeau

- Quels sont les avantages et les inconvénients de faire la modération en interne / en externe ?

Désavantages en externe :

21. La modération par une entreprise extérieure engendre un coût élevé ainsi qu'une perte de contrôle sur les contenus publiés (ou supprimés).

« Car la solution des journaux en ligne type Libération ou le Monde **de faire appel à une société extérieure a un coût, inenvisageable pour la plupart des «pure players».** Et implique une perte de contrôle sur les contenus publiés (ou supprimés). Or pour ces sites, le commentaire et le lecteur sont des acteurs de la vie du site, souligne Pierre Haski : «Cela fait partie intégrante du projet participatif.» »

Avantages en externe :

22. Les entreprises extérieures possèdent l'efficacité nécessaire pour gérer un grand flot de commentaires qui serait coûteux en temps s'il était réalisé en interne.

Clément Martel, qui, au Monde.fr, exerce la fonction de social media editor (SME), nous en détaille le fonctionnement. " Comme dans la plupart des titres de presse hexagonaux, explique-t-il, c'est une entreprise spécialisée, Netino, qui est chargée de modérer au quotidien les commentaires. Se relayant vingt-quatre heures sur vingt-quatre, une quinzaine de personnes de cette société travaillent de manière étroite avec les équipes du Monde. "

Au total, au cours de l'année 2015, l'équipe de modération du Monde.fr a traité plus de 4 millions de commentaires, tous supports confondus.⁴⁰

Dès qu'un internaute est amené à publier quelque chose, il existe une opportunité d'expression, mais également un risque de propos racistes, pornographiques, diffamatoires... Les marques nous délèguent alors la fonction d'être le plus réactif possible pour les supprimer, en respectant une charte de modération.⁴¹

Jean travaille chez Concileo, une entreprise de «gestion de commentaires». Il n'est pas là pour essayer de percer les motivations secrètes des trolls. Son rôle, c'est de les modérer, c'est-à-dire de les empêcher de déverser leur fiel sur les sites de ses clients, parmi lesquels le Figaro, qui reçoit pas moins de 15 000 commentaires par jour, mais aussi le Parisien, LCI ou encore Radio France.⁴²

- Comment s'effectue la modération ? La modération n'est-elle pas un frein à la liberté d'expression ? Quel contenu doit-être supprimé/ conservé lorsque l'on fait la modération ?

23. La modération s'effectue différemment selon les sites d'information et se base sur une charte. L'internaute doit pouvoir signaler un contenu qu'il trouve choquant.

24. "We understand that people often feel strongly about issues debated on the site, but we will consider removing any content that others **might find extremely offensive or threatening.**"⁴³

-> CONTENT DISCOURAGED (or "FOR SELF-RESTRICTION") Racist, Sexist and Homophobic Comments. Comments that may fall into these areas by commenters, but that do not violate an area of Section A, **will not be removed. While offensive, the Editorial Board believes responses that are, or may be considered, racist, sexist or homophobic are**

⁴⁰ Le Monde, lundi 21 mars 2016 : *Le commentateur et le modérateur* par Franck Nouchi

⁴¹ La Lettre de l'audiovisuel, Interview, jeudi 4 décembre 2014 : "Si vous ne modérez plus les commentaires, c'est le chaos" par Victor Le Grand

⁴² Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste; Élodie Emery

⁴³ The Guardian (UK), Friday, February 13, 2015 : *The readers' editor on ... when a joke in a comment thread goes beyond mere tastelessness* by Chris Elliott

best handled by self-regulation or the civil responses of others. Generic Insults. Pejorative references to any general class of people are strongly discouraged.⁴⁴

25. La modération est injuste car elle censure.

« Cela fait plusieurs fois que mon commentaire disparaît. Je n'ai à aucun moment été outrancier. Je vous demande donc de m'expliquer les raisons de cette censure. **Peut-être ne suis-je pas suffisamment à gauche à votre goût ?** » (Grégoire Picot).

« Je me demande si votre site ne porte pas **atteinte à la liberté d'expression**, lorsque chaque commentaire que je souhaite écrire n'apparaît pas, alors que **rédigé en français et respectant votre charte** » (Stéphane Leroux).⁴⁵

26. La modération est juste. Ce sont les commentateurs qui n'arrivent pas à accepter lorsqu'ils ont tort.

« Notre métier consiste à rester froid et neutre. Il faut conserver à tout prix notre capacité de jugement sur les contenus qui posent problème ou pas. »⁴⁶

« **Problems arise when commenters cannot accept that their contributions have breached the rules.** They accuse the moderators of an over-zealous application of the conditions, skewing the debate: "Small-pond Stalinism", as one reader put it. »

I asked the moderators to look again at why the comments were removed. They told me that several of the posts were thought to cross the line legally, a concern that was confirmed by our lawyers, who recommended their removal. So, no conspiracy to silence anyone; no attempt to skew the debate. Instead, a cool adherence by the moderators to the community standard that states: "We will remove any content that may put us in legal jeopardy, such as potentially libellous or defamatory postings."⁴⁷

27. Certains contenus doivent être plus modérés que d'autres, tel le conflit israélo-palestinien. (CBC proposerait éventuellement de concentrer la modération sur certains sujets sensibles.)

« Le conflit israélo-palestinien est le cauchemar du modérateur »⁴⁸

28. La liberté d'expression doit céder face au droit de ne pas être diffamé.

« In the first instance, as one would do in constitutional rights analysis, it is important to recognise that competing rights exist here, that they must be protected and that a balancing act should then follow in which one weighs the competing rights.

Bluntly put, my right to dignity cannot willy-nilly be traded for unmonitored online dialogue, discussion and debate. Free speech rights are not inviolable. The right to dignity, however, is inviolable. Free speech rights can and often are, even in liberal democracies, restricted, provided the restrictions tests in those societies, often developed in case law, are met. That is why hate speech is illegal, though this is not at odds with our constitutional ideals.

There is a commercial reality here too. No one has ever had a right to have their letter-to-the-editor published in newspapers. The newspaper is the property of the media owners, and they exercise discretion every day about what gets published. This practice is not widely regarded as violating the free speech rights of those whose letters do not

⁴⁴ The People's Vanguard of Davis, Sunday, March 20, 2016 : *Vanguard Comment Policy Comments* by David Greenwald

⁴⁵ Sud Ouest, samedi 29 septembre 2012 : *Faut-il modérer les modérateurs ?* par Thierry Magnol

⁴⁶ Télérama, samedi 1 décembre 2012 : *Modérateur, un métier à haut risque : Les sentinelles du Net* par Erwan Desplanques

⁴⁷ The Observer (UK), Sunday, November 30, 2014 *Comment: THE READERS' EDITOR ON...: ONLINE MODERATION* by Stephen Pritchard

⁴⁸ Les Echos.fr, mercredi 16 juillet 2014 : *Crise à Gaza: les médias français pris d'assaut sur Internet* par Benoît Theunissen

make it to print. So it is odd that even the mere thought of monitoring online comment sections make some of us feel like illiberal censors.

That is unjustified self-rebuking because none of us is legally, or socially, entitled to be given online space below articles. »⁴⁹

- La modération est-elle efficace ?

NON :

29. On trouve encore des contenus choquants, même après modération.

« ce n'est pas la première fois que je suis frappée par les propos démagogues et racistes que j'y lis (...). **Je trouve que ce type de forums, sans modération, ressemble à un café du commerce.** La lépénisation des idées est partout, merci de ne pas y participer. Vous avez un rôle à jouer en tant que grand quotidien d'information. " Contrairement à ce que semble croire notre lectrice, le site du Monde fait l'objet d'une modération. »⁵⁰

30. Les trolls, certains extrémistes, sont habiles à déjouer les chartes de modération et à marcher sur la ligne.

« Et, aujourd'hui, ils savent mieux que personne comment s'y prendre pour contourner les chartes de modération. »⁵¹

OUI :

31. Les chiffres parlent d'eux-mêmes. Par exemple Netino supprime nombre de commentaires. Les modérateurs racontent qu'ils rencontrent énormément de contenus choquants.

« Au total, au cours de l'année 2015, l'équipe de modération du Monde.fr a traité plus de 4 millions de commentaires, tous supports confondus. »⁵²

« L'image que cela renvoie de l'humanité est plutôt triste, soupire Jean. On lit tellement d'horreurs, de racisme... On constate une vraie montée de l'agressivité dans les commentaires. Le pire, c'est que les gens ne se lisent pas les uns les autres ; ils crachent leur venin et ils repartent. »⁵³

- Qui lit les commentaires ? En fonction de quels critères ?

32. Les lecteurs lisent les commentaires lorsque le sujet est très précis et engagé.

Guilhem Fouetillou : « C'est-à-dire que plus un canal bénéficie d'une audience large et peu engagée, plus l'exposition de ses commentaires sera faible, quel qu'en soit le nombre. Le phénomène naturel que nous observons est le suivant : plus le site ou le blog est spécialisé et engagé, plus le taux de participation et de lecture des commentaires est fort. Ce taux d'engagement chute drastiquement sur les mass media ». »⁵⁴

33. Personne ne lit les commentaires en bas d'article.

⁴⁹ The Sunday Independent (South Africa), Sunday, March 01, 2015 : *Nothing social about network comments* by Eusebius McKaiser

⁵⁰ Le Monde, lundi 21 mars 2016 : *Le commentateur et le modérateur* par Franck Nouchi

⁵¹ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste et Élodie Emery

⁵² Le Monde, lundi 21 mars 2016 : *Le commentateur et le modérateur* par Franck Nouchi

⁵³ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste; Élodie Emery

⁵⁴ Atlantico (site web), lundi 4 novembre 2013 : *Écrire des commentaires rend-il con ? Le retour* par Benoît Thieulin - Dominique Wolton - Guilhem Fouetillou

Benoît Thieullin : « En définitive, le commentaire de bas de page est devenu pour les médias la « souape participative », pour se donner une image ouverte et interactive, sans aucun traitement derrière en réalité. Résultat : on ne lit quasiment plus les commentaires de bas d'article. »⁵⁵

- Un journaliste doit-il lire les commentaires sous ses articles ? Faut-il fermer le dialogue entre le journaliste et l'internaute ?

34. Les espaces de commentaire sous les articles de presse sont un lieu de critiques peu constructives voire d'insulte des médias.

« Quels que soient les arguments avancés, certains journalistes habitués au papier rechignent encore à s'exposer à la vindicte des commentateurs. Il faut reconnaître que le dénigrement systématique de leur travail est l'un des sports les plus couramment pratiqués dans les forums. « **Je ne lis plus les commentaires, témoigne une journaliste, reflétant l'opinion de beaucoup de ses confrères. La plupart du temps, c'est de l'insulte pure et simple, pas de la critique constructive, je ne vois pas l'intérêt.** »⁵⁶

35. Chez Rue89, les journalistes sont chargés de la modération, donc doivent les lire. En effet, la modération se fait en interne. Selon Xavier de la Porte, même répondre à un troll peut être porteur.

« C'est toujours intéressant de répondre à un troll, non pas pour le ranger à son point vue à la force brute de son raisonnement, **mais parce que les échanges sont lus par d'autres et qu'il est toujours possible de toucher ces lecteurs.** Je préfère lire une réponse construite (même insultante) à un troll qui aura au moins le mérite de faire réfléchir 2 acteurs sur 3 (celui qui répond et le lecteur) que l'habituel et inutile « don't feed the troll » »⁵⁷.

36. Les commentaires apportent un feedback dont il faut tenir compte. L'objectif du Coral Project est d'ailleurs de mettre en lumière les contributeurs les plus pertinentes.

« To develop a relationship with our audiences, we have to reckon with the parts of our platforms that are usually avoided or de-prioritized in order to (rightly) protect ourselves and our writers. There is value in hearing what our readers have to say, and it's time to change the way our tools work and the way we feel about the comments section to engage with our readers. »⁵⁸

IV.3. Synthèse

La controverse s'articule principalement autour de trois axes de débat :

Le premier reprend explicitement l'intitulé de la controverse « Faut-il faire vivre les commentaires sous les articles de presse ? ». Parmi les acteurs concernés se trouvent Popular Science, le New York Times, Quartz ou encore les sites tels Re/code et The Week. Pour le site Popular Science les commentaires, surtout ceux anonymes, mènent à une culture de l'agressivité et mettent en péril l'intégrité de la science. En conséquence les commentaires ne sont plus autorisés sur le site. Du côté de Re/code et The Week, les espaces de commentaire ont également été fermés, mais pas pour les mêmes raisons. En effet, pour eux, le système de commentaire sous les articles de presse a fait son temps et doit maintenant laisser la place aux réseaux sociaux, nouvel espace phare pour les commentaires. Au contraire, pour le New York Times, l'interaction entre le lecteur et le journaliste est cruciale. Il faut tenter d'améliorer le fonctionnement des commentaires, plutôt que de simplement mettre fin à ce système, ce qui est l'objectif du Coral Project. Chez

⁵⁵ Atlantico (site web), lundi 4 novembre 2013 : *Écrire des commentaires rend-il con ? Le retour par Benoît Thieulin - Dominique Wolton - Guilhem Fouetillou*

⁵⁶ Marianne, samedi 16 mars 2013 : *Qui sont les "trolls" qui nous pourrissent Internet ?* par Alexandre Coste; Élodie Emery

⁵⁷ Rue89, vendredi 12 décembre 2014 : *Trolling is an art* par Xavier de La Porte

⁵⁸ Blogs Nieman Journalism Lab, december 17, 2015 : *The year we deal with the comments*

Quartz, le fonctionnement est différent : les internautes n'ont jamais eu la possibilité de commenter sous les articles, mais ils peuvent à loisir commenter certains paragraphes de leur choix.

Le deuxième axe regroupe toutes les questions relatives à la modération : est-elle efficace ? Enfreint-elle la liberté d'expression ? Parmi les acteurs se trouvent cette fois les internautes, les agences de modération et évidemment les sites d'information. Alors que certains internautes ont l'impression de subir une censure, du côté des modérateurs, lesdits internautes ne parviennent simplement pas à accepter qu'ils enfreignent la charte. A l'opposé, d'autres internautes trouvent que des contenus choquant perdurent, même après modération. Ils sont le fruit de trolls ou encore d'extrémistes très habiles à déjouer les chartes de modération et à marcher sur la ligne. Pourtant, le travail de modération est réel, et Netino donne des chiffres illustrant les efforts menés.

Enfin, le troisième axe concerne la question de l'anonymat. Comme mentionné par Popular Science, les internautes ont tendance, sous couvert de l'anonymat, à proférer des propos qu'ils tairaient d'ordinaire. Les journalistes Alexandre Coste et Élodie Emery de Marianne partagent cet avis. Quant à Arianna Huffington, elle maintient que la véritable liberté d'expression ne se dissimule pas derrière l'anonymat. Nous gagnerions donc à authentifier les internautes, et cela permettrait a priori de conserver la structure de commentaire sous les articles de presse. D'autant plus que comme mentionné dans le Financial Times au sujet de l'affaire Delfi, les sites sont tenus responsables légalement lorsque qu'ils autorisent les commentaires anonymes. A ceci, toujours dans le Financial Times, on trouve la réponse suivante : il est aisément de mentir à propos de ses informations personnelles lors de l'inscription sur un nouveau site. L'anonymat représente aussi une forme de sécurité pour certaines personnes, qui seraient victimes de persécution autrement. De surcroit, Jérémie Manie, président de la société Netino ajoute que « les commentaires s'écrivent de plus en plus de manière assumée, non anonyme. Les gens signent avec leur nom et prénom des propos qui peuvent être racistes ou choquants. Ils n'ont plus besoin de se cacher, ils assument. » Pourquoi dès lors ne pas laisser l'anonymat à ceux qui en ont besoin ?

Ainsi, le sujet présenté ici est très riche. La question de la pertinence des commentaires sous les articles de presse est loin d'être élucidée et selon toute vraisemblance, le débat va se poursuivre et se diversifier dans les années à venir.