

WORLD EDITORS FORUM

within



Régulation des commentaires en ligne: code de bonnes pratiques

Comment promouvoir un dialogue en ligne constructif et responsable



Introduction

Dans de nombreuses régions du monde, les commentaires en ligne font désormais partie des principaux ingrédients de la réussite d'un média d'information. Les lecteurs s'estiment en droit de contribuer à un environnement en ligne reposant de plus en plus sur l'interactivité plutôt que sur une diffusion à sens unique. La possibilité de commenter des articles de presse ou de participer à des forums de discussion permet aux lecteurs de se livrer à un débat avec d'autres lecteurs du monde entier sur les thèmes chauds traités par leur société de presse favorite.

Pour les éditeurs, ces commentaires en ligne peuvent être une ressource extrêmement précieuse. Ils fournissent des informations et perspectives supplémentaires émanant de lecteurs bien informés et passionnés par le sujet en question, offrent un large éventail de détails et opinions diverses, tout en permettant aux rédactions de savoir comment les lecteurs perçoivent à la fois leur journalisme et le monde qui les entoure. Ces perspectives et retours d'information permettent également au média d'élargir sa couverture de l'actualité depuis ce « poste d'observation » extérieur, lui inspirent de nouvelles idées de sujets et lui fournissent d'autres sources ou moyens possibles de traiter un thème.

Néanmoins, ce tableau de lecteurs avisés proposant des informations sages et utiles dans un débat démocratique autour des grands thèmes de l'actualité n'est pas toujours aussi rose. Il est en effet impossible de limiter les commentaires aux contributions réellement constructives pour le débat et les dialogues se muent fréquemment en torrents d'insultes dépourvus de toute pertinence pour le sujet d'origine. Sans doute est-ce

le fait que l'anonymat et la distance facilitent les comportements déviants et la possibilité pour certains de défier les normes sociales en toute impunité ? Ou bien est-ce dû à la structure même des conversations en ligne ? En tout état de cause, les fils de commentaires mis en place sur les sites Web peuvent souvent choquer par leurs contributions abusives, infondées, ou tout simplement mal écrites.

La manière de réguler ces fils de commentaires pose un immense défi aux sociétés de presse qui cherchent à trouver le juste équilibre entre offrir suffisamment d'espace à la liberté de parole et au débat, tout en garantissant un dialogue à la fois civique et constructif nourri de contributions de lecteurs apportant une réelle valeur ajoutée. Comme l'affirmait Mathew Ingram, journaliste chevronné chez GigaOm, dans un récent article¹, « la question des commentaires de lecteurs est probablement l'une des plus épineuses pour tout éditeur de média en ligne... et les méthodes pour les traiter sont très diverses. »

Ce défi est encore compliqué par le fait que les sociétés de presse retrouvent les contributions de leurs lecteurs non seulement sur leur propre site Web mais également sur les pages des réseaux sociaux. Ces réseaux sociaux sont eux-mêmes obligés de repenser sans cesse leur propre politique de traitement des contenus d'internautes et de se demander s'ils sont des éditeurs ou des plates-formes.

Nous avons discuté avec des journalistes en ligne et des gestionnaires de communauté de 104 sociétés de presse basées dans 63 pays du monde, ainsi qu'à une sélection d'experts issus des mondes économique et universitaire, afin d'identifier les grandes tendances, opportunités et meilleures pratiques actuelles.



Aperçu des Résultats

Les sociétés de presse consultées peuvent globalement être divisées en deux camps quant à leur attitude envers les commentaires en ligne : celles qui adoptent ces commentaires de lecteurs, souvent dans le cadre d'une stratégie plus large consistant à impliquer leurs lecteurs dans leur publication, et celles qui les considèrent essentiellement comme un mal nécessaire.

Rares sont les organisations (sept en tout) à n'autoriser aucun commentaire, mais en période de difficultés économiques, une initiative coûteuse telle que la ré-

gulation des commentaires, sans avantage financier immédiat ni tangible, n'est pas toujours une priorité.

Néanmoins, nombreux sont les éditeurs à les juger incontournables pour forger une véritable communauté autour de leur publication ou d'un sujet de niche. Pour eux, les commentaires accroissent la participation des lecteurs et ce, aussi bien en termes de temps passé sur le site qu'en termes de fidélité.

Résumé des points essentiels :

- La répartition était relativement équilibrée entre ceux qui régulent les commentaires avant et après la publication : 38 et 42 respectivement, dont 16 qui adoptent une approche mixte.
- Les éditeurs suppriment actuellement une moyenne de 11 % de leurs commentaires, essentiellement en raison du caractère abusif des contenus, qui renferment des discours haineux ou injurieux, ou parce qu'il s'agit de spam. Selon les rédacteurs, les sujets attirant la plupart des commentaires sont évidemment la politique, suivie des thèmes de société, religion, sport et opinion.
- Le consensus était général sur l'idée qu'en régulant les commentaires, les éditeurs ne limitent pas la liberté de parole de leurs lecteurs. La plupart des journalistes pensent qu'il existe une quantité infinie d'espaces en ligne permettant au public d'exprimer ses points de vue et ce, pas uniquement sur des sites d'information spécifiques. Pour eux, c'est donc au journal de déterminer le type de dialogue qu'il souhaite héberger.
- Il existe une grande ignorance du cadre légal précis entourant la publication de commentaires en ligne : qui est responsable de ce qui est publié et où ? Où se situent précisément les frontières de l'illégalité et quelle est la meilleure manière de traiter cet aspect ? La réponse recueillie à plusieurs occasions lors d'interviews réalisées dans différents pays était : « Il s'agit d'une zone grise ».
- L'inscription au site sous la véritable identité de l'utilisateur ou permettant l'anonymat est un sujet de discorde, sans consensus sur ce qui est préférable. Le sentiment général est qu'exiger le vrai nom conduit à un débat de meilleure qualité, bien que plus limité en termes de nombres de participants. Cependant, de nombreuses sociétés pensent qu'il est important de proposer l'anonymat comme option à ceux qui, éventuellement, ne pourraient pas parler librement sous leur vrai nom.
- Même si de nombreuses sociétés sont d'accord sur le fait que lorsque des journalistes participent au débat, la discussion est de meilleure qualité, peu d'organisations voient leurs journalistes entrer souvent en conversation avec les lecteurs. Certaines pensent que les journalistes ne doivent pas être impliqués dans un domaine qui appartient aux lecteurs.
- La majeure partie des publications ne régulent pas leurs pages Facebook ou d'autres réseaux sociaux de manière aussi intense que leur propre site Web, parce que ces réseaux ne font pas partie de leur territoire et que les politiques de la vraie identité sont censées rendre le débat moins controversé.
- Certaines sociétés mettent en exergue les « meilleurs » commentaires ou les commentateurs les plus actifs, même si beaucoup ont encore du chemin à faire pour s'engager dans ce domaine et faire en sorte que ces fonctions soient véritablement utiles pour les lecteurs.

L'importance de la régulation

La régulation des commentaires, c'est-à-dire, à son niveau le plus basique, supprimer ou bloquer les contributions jugées injurieuses ou inappropriées, est largement considérée comme indispensable. D'après nos observations, la motivation clé d'une régulation active est le besoin perçu de protéger la marque de l'éditeur tout en garantissant une haute qualité de débat.

« Nous n'avons jamais fait l'expérience d'une intervention directe du gouvernement. Ce qui se passe de nos jours est que beaucoup de gens agissent au nom de quelqu'un d'autre, mais pas vraiment ouvertement. »

The Nation, Kenya

« Nous devrions pouvoir offrir aux lecteurs un espace de dialogue. Certaines personnes au sein de la société pensent que nous devrions laisser le débat aux lecteurs et ne pas réguler du tout les commentaires, mais alors la qualité diminue. »

The Nation, Kenya

« Si vous voyez arriver des commentaires non conformes à l'éthique du journalisme, l'effet peut être très néfaste pour votre marque. Il vaut mieux embaucher des journalistes bien formés et dotés de compétences de rédaction qui sauront prendre les bonnes décisions. Si l'éthique n'est pas respectée, cela nuit à votre marque et ce, même si vous publiez ensuite un démenti. Le lecteur moyen va présumer que le commentaire est là parce que vous, en tant que journal, avez autorisé sa publication. Ce tord indiscutable fait à votre marque est en fin de compte bien plus coûteux, car bâtir une crédibilité prend beaucoup plus de temps. »

Gulf News, Émirats Arabes Unis

« Il est question d'image et de la marque que vous représentez. Je défends une liberté totale mais elle devient hors de contrôle. Vous pouvez rendre votre rubrique de commentaires rapidement inutilisable si elle est alimentée par des propos injurieux ou simplement du spam. Tout cela peut vous porter préjudice. »

Al-Akhbar English, Liban

« Le fait d'avoir ouvert un espace de commentaires tout en restant tolérant envers les opinions divergentes a incité certaines personnes se lancer dans le débat... Les gens qui viennent sur le site et en parlent autour d'eux en font la promotion comme étant le lieu où se rendre pour discuter. La marque du journal gagne en notoriété. »

The Star, Kenya

Le processus de régulation

Quand réguler ? Avant ou après la publication ?

Choisir un système de régulation et la manière de le mettre en œuvre peut s'avérer être un véritable casse-tête pour les rédacteurs – en particulier lorsque la participation en ligne augmente tandis que le personnel, souvent, décroît. Un système de régulation pré-publication repose sur les membres de l'équipe rédactionnelle qui doivent lire et approuver tous les commentaires avant leur publication, tandis que dans un système post-publication, les commentaires sont lus et passés au peigne fin une fois publiés par les internautes. La méthode choisie est donc une décision lourde de conséquences pour la société de presse et qui doit prendre en compte de nombreux facteurs.

« Nous avons opté pour la méthode pré-publication car nous avons pensé qu'il s'agissait d'une approche plus responsable », affirme un représentant de Gulf News, aux Émirats Arabes Unis. « L'environnement vous oblige à vous assurer qu'il n'existe pas de contenus agressifs car nous sommes au Moyen-Orient. Nous ne voulons pas de contenus injurieux ou 'inflammables'. »

The Star, au Kenya, régule habituellement en post-publication. Mais pendant les élections de 2013, les gens ont été absorbés par la politique et « tout ce qu'ils voulaient était une plate-forme pour diffuser leurs opinions, » commente le journaliste/administrateur Web. « Cela ne menait nulle part car nous avons un discours de haine après l'autre. Nous avons donc décidé de réguler en pré-publication. Soudain, les utilisateurs ne pouvaient plus voir leurs commentaires car nous décidions du moment où les publier sur le site. C'était un peu injuste mais cela a fonctionné pendant cette période. »

« Je ne pense pas qu'il soit une bonne idée de laisser les gens poster tout ce qu'ils veulent puis de le réguler ensuite, » déclare le rédacteur en chef d'Al-Ahram English en Égypte. « Les gens continuent à se répondre si vous laissez cette porte ouverte. »

Pour An-Nahar au Liban, la régulation pré-publication était trop difficile à implémenter. Il a donc mis en place des équipes tournantes de journalistes qui lisaient les commentaires à intervalles réguliers de quelques heures. Au début, le journal envoyait une liste de mots injurieux censurés à la société qui avait créé son site Web de sorte que si un nouveau commentaire contenait ces mots, il était immédiatement supprimé ou censuré. « Mais les gens peuvent toujours créer de nouveaux mots injurieux et il n'y avait pas de processus pour traiter cela », explique son rédacteur en chef. « Nous avons désormais recours à la régulation post-publication, car nous pouvons ainsi supprimer les mots injurieux, mais pas les commentaires négatifs. Un commentaire peut être négatif, mais pas avec des propos injurieux. »

Directives pour les communautés

De nombreux rédacteurs en chef sont très préoccupés par le fait qu'une approche trop laxiste des commentaires en ligne conduise rapidement leur site à devenir, sous les contenus, des puits de haine à la portée de tous. Néanmoins, couplées à une bonne régulation, les directives s'appliquant aux communautés peuvent aider dès le début à améliorer les commentaires et à tirer le meilleur parti de l'audience de ces sites.

Sur aucun des sites de communauté/webzines de Monitor Online vous n'êtes en droit de soumettre des contenus difamatoires ou illégaux et ce, quelle que soit leur nature. Ceci comprend aussi bien le texte que les graphiques, la vidéo, les programmes ou documents audio. Vous vous engagez à ne soumettre que des contenus qui sont le fruit de votre propre travail. Vous ne pouvez ni violer, ni plagier, ni enfreindre les droits de tierces personnes et ce, qu'il s'agisse de droits d'auteur, de marque déposée, de secrets d'entreprises, de vie privée, de publicité, de droits personnels ou de propriété. »

Daily Monitor, Ouganda

Les contributeurs se doivent un respect mutuel. Une critique personnelle vigoureuse reste acceptable tant qu'elle est justifiée par des faits, arguments ou débats sur le thème en question. »

The Star, Kenya

Les commentaires soutenant ouvertement le terrorisme, sectarisme, racisme et/ou pouvant blesser une sensibilité religieuse particulière, doivent être bannis. »

The Express Tribune, Pakistan

Les commentaires soutenant ouvertement le terrorisme, sectarisme, racisme et/ou pouvant blesser une sensibilité religieuse particulière, doivent être bannis. »

The Express Tribune, Pakistan

Qu'implique le processus de régulation ?

L'un des principaux atouts des commentaires est qu'ils permettent à une multitude de voix d'être entendues. Mais que se passe-t-il lorsqu'un commentaire contient un langage inapproprié ou des contenus illégaux ? « Supprimez-le tout simplement » est la principale réaction entendue.

The Nation au Kenya dispose d'une équipe de quatre régulateurs de commentaires qui rendent compte au rédacteur des médias sociaux.

« Au bout d'un moment, si le trafic devient à sens unique et relève davantage du dénigrement, nous mettons fin au débat. Et lorsqu'il cesse d'être pertinent pour le sujet, nous fermons le fil, souvent à cause du discours haineux et du langage déviant. »

Dawn, Pakistan.

The Daily Monitor en Ouganda observe que le nombre de commentateurs a augmenté depuis l'implémentation de Disqus et ce, très probablement parce que l'inscription y est désormais plus facile.

« Nous ne censurons pas les contributeurs, car nous croyons à la réforme. Tout le monde a le droit de voir ses commentaires approuvés ou non au cas par cas, mais pas sur la base de l'utilisateur. »

The Post, Zambie

« Nous ne bloquons pas les contributeurs en général, mais uniquement ceux qui envoient du spam. Cela ne nous est d'ailleurs arrivé qu'une ou deux fois jusqu'à présent mais généralement, notre politique n'est pas de censurer les gens. »

The New York Times, États-Unis

Lakome au Maroc emploie une très petite équipe, donc personne n'est spécialement dédié à la régulation des commentaires. Au moindre doute sur un commentaire, l'équipe rédactionnelle vote pour décider de le conserver ou non.

« Si nous constatons des entorses persistantes aux normes de la communauté, nous pouvons empêcher certaines personnes de publier le moindre commentaire sur le site, ou bien les placer dans un environnement de régulation pré-publication de sorte à pouvoir examiner chacun de leurs commentaires. »

The Guardian, Royaume-Uni

Enjeux et défis

Responsabilité juridique : sensibilisation et répercussions

Comme évoqué précédemment, l'un des facteurs clés pris en compte par les sociétés de presse dans la détermination de leur stratégie de régulation est leur degré de responsabilité juridique envers les commentaires émis par les internautes sur leur site.

« Je ne crois pas qu'il y ait eu une affaire historique qui aurait conduit à une décision marquante dans ce domaine. Dans la situation actuelle, nous estimons ne pas être juridiquement responsables des commentaires d'utilisateurs en raison de la clause refuge. Tant que nous n'instrumentalisons pas cette politique pour modifier activement les commentaires avant leur publication, nous ne prenons pas la responsabilité des commentaires et n'en sommes pas légalement responsables. Encore une fois, je pense que ceci relève plus de la théorie juridique que de la preuve. »

The New York Times, États-Unis

The Nation au Kenya a été poursuivi en justice par le président pour un commentaire sur son site, mais l'affaire s'est finalement réglée en privé.

« Oui, nous sommes juridiquement responsables de tout ce qui arrive sur notre site. D'après ce que j'ai compris des juristes, il serait plus favorable pour nous de ne pas réguler les commentaires, car dans ce cas nous n'en serions pas légalement responsables. Néanmoins, cela ne nous dissuade pas de le faire. Notre objectif est de bâtir une communauté et d'encourager le débat, donc nous aidons cette communauté à se comporter de manière responsable plutôt que de lancer des propos injurieux. »

The Star, Kenya

« Tout dépend. En fait, la loi n'est pas claire mais nous n'avons pas eu de problèmes juridiques à ce sujet pour l'instant. »

Haaretz, Israël

Liberté d'expression : la régulation comme outil de promotion plutôt que de censure

Les rédacteurs en chef du monde entier sont quasi unanimes sur un fait : Si la liberté de parole est un droit précieux et qu'ils sont ravis d'offrir à leurs lecteurs un lieu de libre expression, ils n'entravent pas cette liberté en supprimant ou en bloquant des commentaires car il existe désormais une pléthore de lieux où les gens peuvent s'exprimer en ligne. Le sentiment général est néanmoins qu'ils ont le droit et même le devoir de protéger leur propre site.

\\ Le site The Star est notre espace, donc c'est nous qui fixons les règles. Et ces règles sont très claires. Nous permettons un débat et des commentaires vigoureux, mais nous refusons de propager des mensonges, des discours haineux ou de la propagande car en fin de compte, nous sommes le média sur lequel les gens lisent ces commentaires. Les lecteurs ne regarderont pas uniquement qui a publié les commentaires, ils regarderont aussi The Star. Nous pensons donc que nous avons repoussé les limites en termes de promotion de la liberté d'expression. »

The Star, Kenya

\\ La plupart du temps, les choses sont claires. Les gens qui dépassent les limites sont faciles à repérer. Généralement, ils tiennent un langage injurieux. S'il s'agit d'une critique intelligente, elle passera. Mais s'il s'agit d'une attaque aveugle, elle ne passe jamais. C'est très clair.»

Al-Akhbar English, Liban

\\ Nous sommes préoccupés par les entorses faites à la liberté d'expression et nous pensons que le meilleur moyen de protéger la liberté de parole de tout un chacun est de ne tolérer aucun abus. »

The Nation, Kenya

\\ De notre point de vue en tant que société de presse, la priorité n'est pas la liberté d'expression, mais un débat bien équilibré d'un point de vue éditorial. Les commentaires que nous jugeons utiles sont ceux qui apportent à l'audience une certaine valeur ajoutée en termes de compréhension et d'expérience d'une information, et qui offrent parfois une plus grande diversité en termes de traitement de cette information. Ce ne sont pas nécessairement des aspects contradictoires, mais si nous avons le choix entre les deux, nous opterions toujours pour la ligne éditoriale. »

BBC, Royaume-Uni

Lutter contre les discours haineux

Le discours haineux est fréquemment cité – directement par 29 publications – comme l'une des principales raisons de la suppression de commentaires, mais rares sont ceux qui semblent le considérer comme un problème insurmontable. La plupart des journalistes semblent ne pas pouvoir fournir une définition juridique claire de ce qui est considéré comme un discours haineux dans leur pays, ni même en fait de définition générale.

The Star au Kenya a connu de gros problèmes avec les discours haineux. Le site a habituellement recours à la régulation post-publication des commentaires (via Disqus), mais pendant la campagne électorale de 2013, le journal a commencé à les réguler en pré-publication en raison du volume de discours haineux qu'il recevait dans les zones de commentaires. « Pendant les élections, il y avait tellement de tensions, les gens étaient tellement impliqués dans leur camp politique, que tout ce qu'ils voulaient étaient une plate-forme pour diffuser leurs opinions. Cela ne menait nulle part car les discours de haine s'enchaînaient », raconte l'administrateur/le journaliste Web. « Nous avons donc décidé de passer à la gestion pré-publication... Soudain, les utilisateurs ne pouvaient plus voir leurs commentaires immédiatement sur le site. C'était un peu injuste, mais cela a fonctionné pendant cette période. »

« Dans la période pré-électorale, le gouvernement a tenté d'assurer qu'il n'y avait aucun discours haineux dans les médias en ligne et sociaux. Ceci pouvait être interprété, selon le journal, comme une subtile intimidation des sociétés de presse et des journalistes. »

« Nous avons très clairement indiqué aux gens de se comporter de manière responsable et de ne pas utiliser de langage injurieux ou irrespectueux vis-à-vis des tiers. Si vous avez un argument valide, vous serez autorisés à faire entendre votre voix sur ce sujet. Je pense que nous avons réussi à faire comprendre ceci à la plupart de nos lecteurs. Même ceux qui ont été censurés peuvent parfois revenir et commenter mais d'une manière beaucoup plus acceptable, ce qui revient en quelque sorte à éduquer les lecteurs. Cela prend du temps mais il faut être patient. Nous leur écrivons parfois pour leur expliquer pourquoi leur commentaire ne peut être publié et parfois, ils le reformulent et nous le publions. Nous essayons de former nos lecteurs à cette publication éthique. Avec le temps, les commentaires sur notre site se sont améliorés. »

Gulf News, Émirats Arabes Unis