



HAL
open science

Aux marges de l'espace public médiatique. L'espace des commentaires des articles de presse en ligne

Sébastien Rouquette

► **To cite this version:**

Sébastien Rouquette. Aux marges de l'espace public médiatique. L'espace des commentaires des articles de presse en ligne. *Politiques de communication*, 2016, Des " vraies gens " aux " followers ", 6, pp.81-111. 10.3917/pdc.006.0081 . hal-01649270

HAL Id: hal-01649270

<https://hal.science/hal-01649270>

Submitted on 21 Oct 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Aux marges de l'espace public médiatique.

L'espace des commentaires des articles de presse en ligne.

Sébastien Rouquette,

Professeur des universités en Sciences de l'information et de la communication

Directeur de l'Equipe d'Accueil Communication et Sociétés – Université Clermont Auvergne

Sébastien Rouquette

48, rue du bel air

03200 Vichy

Aux marges de l'espace public médiatique.

L'espace des commentaires des articles de presse en ligne.

Résumé

Les espaces de commentaire des articles de presse favorisent-ils l'émergence d'un sentiment de participation citoyenne ?

Qu'en pensent les internautes faibles lecteurs ou rares commentateurs ? Du point de vue de cette majorité silencieuse (celle qui ne commente jamais ou que rarement les articles) trois critiques ressortent.

L'une tient à la surreprésentation de contributeurs motivés pour défendre des avis jugés lacunaires, voire tendancieux. L'autre concerne la difficile co-construction de conclusions faute de gestion des débats par les rédactions au-delà d'un rôle de modération des propos publiés. La dernière porte sur les conséquences de l'anonymat des contributeurs. Le manque de responsabilité autorise le manque de profondeur, voire l'agressivité.

Les critiques adressées à l'encontre de ces dispositifs révèlent les deux facettes nécessaires au développement d'un espace médiatique participatif jugé satisfaisant par les lecteurs. Ces dispositifs participatifs sont jaugés à l'aune de la qualité de leurs contenus mais aussi du degré d'appartenance à une « communauté » que les instances qui les portent savent générer. Autant de défis que doivent relever les rédactions qui souhaitent promouvoir un véritable sentiment de participation citoyenne.

Mots-clés

Presse en ligne, interactivité, sociologie des médias, dispositifs participatifs.

Abstract

The margins of the media public sphere.

Online discussions in online newspapers

Do online discussions in online newspapers promote the emergence of a sense of civic participation?

What do the Internet readers think about this practical application of the deliberative model? From the point of view of the silent majority (those which rarely publish comments) three critical stands out.

The first one is due to the over-representation of motivated contributors to defend tendentious arguments. The second one concerns the difficult to obtain constructive conclusions. The last critical talk about the negative consequences of the anonymity of contributors. Lack of accountability allows the lack of depth or aggressive interactions.

Criticisms against these devices reveal two points that needed to be resolved if online newspapers want to develop the emergence of a sense of civic participation online. These participatory devices are evaluated in terms of quality of their content, but also in terms of degree of belonging to a "community". Many challenges facing editors who wish to accompany a real sense of citizen participation.

Keywords

Online press, interactivity, interactive device, sociology of media.

Aux marges de l'espace public médiatique.

L'espace des commentaires des articles de presse en ligne.

Les médias accordent depuis très longtemps un espace d'expression à leurs lecteurs, leurs auditeurs et mêmes leurs téléspectateurs¹ (Hubé et Olivesi, introduction). De telle sorte que les commentaires des lecteurs, leurs questions, leurs avis participent depuis longtemps à l'espace médiatique au sens où ces commentaires concourent à l'organisation, à la confrontation et à l'animation des débats entre les citoyens sur des sujets d'actualité ou de société (Quéré, 1995, p. 12).

Mais internet a permis d'augmenter le nombre de ces lieux d'expression citoyenne tout en diversifiant les dispositifs de participation.

Parmi ceux-ci, se trouvent les espaces de commentaires des articles de presse en ligne. Ces espaces ont pour particularité d'être directement intégrés aux sites de médias – comparativement aux commentaires d'actualité postés entre amis sur les réseaux sociaux numériques – et de prolonger les articles et donc les analyses des journalistes (ou des blogueurs) édités sur le site du journal. Ils ont donc pour particularité d'à la fois déployer de nouveaux dispositifs de participations citoyennes et d'inciter aux interactions directes entre journalistes et lecteurs. Ne serait-ce qu'en incitant les seconds à réagir aux publications des premiers.

Dans ce contexte, les espaces de commentaires des articles de presse apportent-ils, comme se le demande l'introduction de ce numéro, leur contribution à un « nouvel esprit de la démocratie participative » ?

Cadre théorique et problématique

À ce jour, que savons-nous de ces espaces de commentaires ? La littérature sur cette question montre que ces dispositifs sont des lieux d'expression qui intéressent une minorité de lecteurs soucieux d'exprimer leurs opinions², y

¹ Dès le début de la télévision plusieurs émissions françaises de première importance ont construit leurs succès sur l'interactivité avec les téléspectateurs. Les journaux ouvrent leurs colonnes aux courriers des lecteurs depuis longtemps. Plus important encore, ces rubriques sont plébiscitées par les lecteurs. Comme l'ont montré des enquêtes réalisées auprès des journaux américains dans les années 90, ces derniers recevaient des millions de lettres chaque année (Blom, Carpenter, Bowe, 2011).

² Une partie des enquêtes s'est focalisée sur les motivations des commentateurs. Ces derniers ne représentent qu'une petite partie des lecteurs. Plus encore, comme l'atteste une enquête statistique réalisée sur les espaces de commentaires de plusieurs dizaines de

compris de manière agressive³. Quitte à le faire dans l'indifférence des journalistes et des rédactions qui hébergent de tels espaces⁴.

Compte tenu des avis publiés, des motivations des principaux participants, comment ces espaces de commentaires sont perçus par les lecteurs ? Malgré la littérature internationale portant sur le contenu des commentaires et les motivations des commentateurs, aucune analyse ne s'est penchée sur la manière dont la majorité des internautes perçoit ces espaces de commentaires.

Après avoir indiqué les questions de recherche, nous expliciterons quelques fondements théoriques et exposerons la méthodologie de l'enquête empirique. Nous présenterons et expliquerons ensuite les résultats avant

journaux en ligne américains, 10% des commentateurs rédigent la majorité des *posts* publiés (Blom, Carpenter, Bowe, 2011). Quelles sont les motivations de ces commentateurs les plus actifs ? Une enquête menée auprès de commentateurs argentins a montré que le premier motif tient à la volonté d'exprimer leurs opinions, leurs accords ou désaccords (74 sur 102 personnes interrogées). D'autres intentions possibles telles que débattre en tant que tel - participer à une discussion - (22 sur 102), critiquer le média sur son manque d'objectivité (16 sur 102) ou encore exprimer son émotion pour faire œuvre de catharsis (14 personnes) constituent des motivations moindres (Mitchelstein, 2011).

³ Un autre type d'enquête s'est intéressé aux idées publiées dans ces commentaires. Quels échanges sont argumentés, quels sont les contenus publiés ? Ce registre, qui emprunte à l'analyse de discours, permet d'établir une comparaison avec les enquêtes réalisées sur l'étude des courriers des lecteurs produites avant l'arrivée de l'internet grand public. Notamment celle des journaux marseillais effectuée par Sonia Branca-Rosoff et Cécile Marinelli en 1994. Celle-ci montrait qu'il était intéressant de voir comment les participants à ces courriers de lecteurs se présentent. Comment ils légitiment leurs propos par la revendication d'une position sociale ou professionnelle. La représentation genrée apparaît centrale. Les femmes se présentent suivant leur rôle familial, les hommes en fonction de leur fonction professionnelle, « le plus souvent sous la figure du faible, de la victime (chômeurs, retraités) » (Branca-Rosoff et Marinelli, 1994, p. 34-35). Et ce afin de justifier leurs propos à l'encontre du discours jugé trop optimiste du gouvernement de l'époque. Trois décennies plus tard, Robin Blom, Serena Carpenter et Brian Bowe réalisent une analyse des contenus similaire. Elle porte sur les commentaires des internautes les plus actifs. Cette étude confirme leur hypothèse initiale : les contributeurs les plus actifs sont aussi les plus agressifs. Ce sont eux qui produisent le plus d'attaques sur l'auteur de l'article, le média ou encore les autres contributeurs (2011). L'agressivité semble plus forte.

⁴ Des travaux ce sont ainsi intéressés à la perception que les journalistes avaient de ces commentaires, l'importance qu'ils y accordaient. Sophie Falguères a montré dès le milieu des années 2000 que, à l'exception de quelques *pure players* (tels Médiapart : Canu et Datchary, 2010), les rédactions investissaient peu ces espaces de discussions (Falguères, 2007). Le manque de temps le dispute à l'indifférence quand – de manière plus radicale – la gestion des commentaires n'est pas sous-traitée à une agence extérieure (*ibid.*) Un constat réitéré à propos des journalistes du *parisien.fr* (Cabrolié, 2010). Sans méconnaître ces travaux, cette recherche se centre sur une analyse de la perception de ces espaces de commentaires par les internautes.

d'en tirer quelques conclusions sur cette partie de l'espace public médiatique⁵ constituée de ces espaces de commentaires.

Questions de recherche et cadre théorique

L'objectif de ce travail consiste à comprendre l'impact de ce dispositif particulier sur les comportements des interactants. Ainsi, comment ces dispositifs favorisent-ils la participation d'une partie de la population plutôt que d'une autre ? Comment le design, la mise en page, le nombre de caractères autorisés pèsent sur les commentaires publiés (Blondiaux, Fourniau, 2011). Le dispositif étant ici entendu comme « tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants » (Agamben, 2007).

L'étude de l'impact du dispositif portera sur ceux qui participent comme sur ceux qui restent à la porte de cet espace. D'un mot : plutôt que de s'attacher à ceux qui participent, il va s'agir de s'intéresser prioritairement ici à ceux qui ne participent pas activement. À tous ceux qui lisent ces commentaires mais ne les commentent pas eux-mêmes, à tous ceux qui commentent une fois et ne reviennent pas, ou encore à ceux qui ne commentent jamais ou presque jamais. Bref, à cette partie des citoyens qui représente l'immense majorité des lecteurs et environ la moitié des contributeurs de ces espaces de commentaires.

Ces interrogations sur les dispositifs comme angle d'analyse des processus participatifs dans l'espace médiatique contemporain n'impliquent pas de se focaliser uniquement sur la forme des débats, les modalités de prise de parole, la gestion journalistique des commentaires. Elles ne supposent pas de faire l'économie de la compréhension des motivations⁶ des participants.

⁵ L'espace public médiatique est constitué de toutes les instances de médiatisation qui correspondent aux trois critères suivant : elles portent à la connaissance de tous les faits et les événements discutés collectivement. Elles gèrent « et orientent cette attention publique en inscrivant des événements des thèmes ou des problèmes à ce foyer, à travers, entre autres, le déchiffrement de l'actualité » (la fonction d'agenda) » (Quéré, 1995, p.12). Elles contribuent à la mise en place, à la gestion et à l'animation des débats entre les citoyens sur des sujets d'actualité ou de société (*Ibid.*).

⁶Cette posture doit servir de garde-fou contre tout déterminisme technique (imaginer que la technologie – internet ici - conduit mécaniquement à un changement), comme à son inverse, tout aussi réducteur, le déterminisme social. Ne serait-ce que parce que, comme le rappelle Laurence Monnoyer-Smith, « de façon récurrente, chaque nouvelle technologie de communication apporte son lot d'espérances quant à son aptitude à revitaliser l'engagement politique des citoyens » (Monnoyer-Smith, 2011, p. 156). Les espaces de commentaire des

Au contraire. Il s'agit de comprendre les motivations d'usages ou de non usages des internautes/lecteurs. Plus précisément ici, il s'agit de comprendre les éléments jugés -consciemment - gratifiants ou non dans l'usage de ces dispositifs par les citoyens. Dans cette perspective – qui relève des objectifs scientifiques formulés par le courant dit des usages et gratifications - cette enquête se concentre sur les raisons, les motivations et interprétations conscientes, des acteurs pour participer ou rester en dehors.

Cette manière d'interroger les marges de l'espace public médiatique est intéressante dans la mesure où plusieurs motivations sont envisageables. En effet, parmi les motivations positives (gratifications) ou négatives (craintes) relevées dans la littérature scientifique pour expliquer la visite d'un site par les internautes, Korgaonkar et Wolin relèvent : la motivation d'évasion sociale, l'envie de de plus d'informations, de contrôle par l'interactivité, de socialisation, de comparaison économique des produits, les inquiétudes liées à la sécurité des transactions, à la confidentialité des informations privées (1999). Dans ces espaces de commentaires, toutes les motivations ne sont bien sûr pas envisageables. Il n'empêche que, hypothétiquement, les motivations de non-usages peuvent être diverses. L'un des intérêts de cette recherche est de relever quelles explications se relèvent les plus importantes ici.

Dans une deuxième étape de cette recherche, il va s'agir d'éclairer ces résultats d'explications plus générales. Cette recherche explore principalement les facteurs liés aux dispositifs matériels et organisationnels : en quoi rendent-ils les interactions positives ou critiques acceptables. Il ne s'agit pas de considérer que les internautes s'abstraient de logiques sociales existantes⁷, que les dispositions à s'intéresser et à donner son avis sur des sujets politiques ou de société ne dépendent pas aussi de dispositions sociales (Michon, 2003) ou de questions d'éducatrices différenciées suivant les genres (Mossuz-Laveau, 1993). Simplement, ce travail prend le parti de mettre au centre de son analyse la question des dispositifs interactifs et de la capacité des acteurs sociaux à s'ajuster à ces dispositifs médiatiques comme à différentes situations de la vie sociale.

Et ce d'autant plus que les actions et motivations interrogées ici sont largement conscientes puisqu'il s'agit de pratiques – poster une phrase, lire des réponses – qui demandent une concentration, un effort cognitif

articles de presse n'échappant à ces prédictions déjà formulées au moment de l'émergence des radios libres, des télévisions communautaires, etc.

⁷ Ce travail se conçoit comme une manière d'apporter des résultats différentes – et complémentaires - d'autres recherches qui mettent l'accent sur les rapports de force et de légitimité (sociales, culturelles, etc.) et même de violence symbolique.

intentionnel⁸ (Mitchelstein, 2011). Cette caractéristique – il s’agit d’actions verbalisées et donc largement conscientes – a son importance quand il s’agit de comprendre les comportements des lecteurs silencieux ou des commentateurs passagers.

Protocole d’enquête

Pour étudier les logiques d’action et les motivations des internautes qui participent peu ou pas à ces dispositifs, une enquête a été réalisée auprès de 115 internautes. Le panel des répondants est constitué d’étudiants⁹ en première ou troisième année de licence information et communication. Ce choix ne présuppose pas que ce groupe d’âge soit particulièrement actif ou inactif en ligne, ni que ces étudiants soient représentatifs de l’ensemble de la population étudiante. Comme pour les autres études fondées sur un tel panel « il ne s’agit donc pas d’un échantillon ayant une valeur statistiquement représentative de la population étudiante¹⁰ faisant ses études en France, mais d’un groupe singulier d’hommes et de femmes témoignant [de manière qualitative] d’une perception ancrée dans la réalité sociale contemporaine » (Dacheux et Prado-Sanchez, 2015, p. 208). Avec cette précision, cependant, que les résultats dévoilés par ces réponses approfondies corroborent et approfondissent des résultats issus d’enquêtes statistiques – notamment les analyses menées sur le contenu de plusieurs dizaines de sites de presse américains - réalisées par ailleurs. De telle sorte que, comme pour les courriers de lecteurs étudiés par Aurélie Aubert, si ce panel n’est pas représentatif en termes socioculturels ou de répartition des sexes, « les préoccupations de ces groupes vont cependant recouper des problématiques plus générales qui concernent l’ensemble de la population » (Aubert, 2009, p. 72).

Le questionnaire, soumis par écrit, est composé de douze questions soumises après une présentation visuelle d’un dispositif de commentaire en ligne (un article d’un journal en ligne accompagné de commentaires d’internautes/lecteurs). Et ce afin de s’assurer que chaque répondant sache à quel type de dispositif médiatique se rapportent les questions posées.

Les premières questions interrogent leurs pratiques : commentez-vous l’actualité en ligne ? Si oui, sur quels sites (presse, réseaux sociaux, portails, etc.) ? La commentez-vous spécifiquement sur des sites de grands médias

⁸ Même s’il ne faut pas écarter une part de motivation inconsciente dans les actions et les points de vue exprimés, des motivations inconscientes expliquant les différences de réaction des uns et des autres face à tel ou tel argument.

⁹ Pour respecter le caractère anonyme de l’enquête, seul le prénom de ces répondants est indiqué.

¹⁰ Il s’agit de la licence information communication de Clermont-Ferrand.

(jamais, rarement, 2/3 fois par mois, régulièrement) ? Ces questions visent à introduire progressivement le sujet de l'enquête et à déterminer le profil des répondants : non-lecteurs, lecteurs/non-participants, lecteurs/faibles participants, lecteurs/commentateur.

La deuxième partie de l'enquête vise alors à cerner les motivations, les attentes, autrement dit ce qui pousse à l'action, aux choix (Vilatte, J.C., 2007, p. 9) de ces différents types d'internautes¹¹. À cet effet, la deuxième partie du questionnaire administré, la plus importante, repose sur des questions ouvertes. Le premier objectif est de comprendre les raisons de leurs comportements et pas de juger hâtivement, ni de réduire ces comportements à quelques variables-clefs (Kaufmann, 1996, p. 48-50). Les résultats obtenus ont, en outre, montré un deuxième avantage de cette procédure : en ne contraignant pas chaque répondant à donner une réponse qui ne lui correspond pas tout à fait, ces questionnaires ont fait apparaître des explications et motivations qui n'avaient pas été anticipées (Vilatte, J.C., 2007, p.17).

Au total, 102 des 115¹² questionnaires récoltés ont relevé des catégories « répondants faibles ou non-commentateurs » et ont pu éclairer les motivations de la majorité silencieuse des internautes.

Résultats, explications et discussions

Les principes de ces dispositifs médiatiques participatifs

Les dispositifs de commentaires en ligne offrent, sur un plan « technique », toutes les conditions favorables à l'échange citoyen. La prise de parole peut se faire n'importe quand, de n'importe où, depuis n'importe quelle identité (réelle ou fictive). Par ailleurs, il est indéniable que ces espaces de commentaires sont vus – par les participants – comme des espaces d'expression (Mitchelstein, 2011).

Comment sont perçus ces commentaires par leurs lecteurs ? En soi, ils peuvent recevoir un écho positif. C'est d'ailleurs le cas, parmi les personnes interrogées, de tous celles qui – conformément au projet de démocratie participative d'ailleurs – considèrent que « ces espaces de commentaire restent un progrès car il est important que les citoyens réagissent aux diverses informations, même si ces acteurs restent cachés » (Margot). De

¹¹ Exemple de questions posées aux répondants rarement auteurs de commentaires d'articles en ligne : Lisez-vous les commentaires publiés sous les articles? Pour quelles raisons ne postez-vous pas, ou rarement, des commentaires en ligne? Pourquoi? Diriez-vous que vous êtes satisfait(e) ou insatisfait(e) des informations et des débats développés dans ces espaces de commentaires? Pour quelles raisons?

¹² Le *ratio* de ce panel (13 sur 115 produisent régulièrement des commentaires) correspond bien au ratio moyen des internautes actifs des dispositifs participatifs (forums, wikis, etc.).

même que plusieurs personnes voient dans la publication de ces opinions une mise en pratique de la démocratie d'idée, partant du principe que la confrontation d'avis différents permet de nourrir la réflexion sur un sujet, à commencer par la leur (« je lis les commentaires pour avoir une idée de ce que pensent les gens sur le sujet de l'article, et intérieurement je me demande si je suis d'accord avec eux ou non et pourquoi », Anouk ; « parfois, je suis satisfaite des informations développées car ce sont des sources d'information supplémentaires », Amélie).

Dans cette optique, ces espaces d'expression constituent une incontestable ouverture. De manière générale, les discussions en ligne permettent des échanges entre personnes de milieux sociaux, d'horizons géographiques plus étendus qu'hors ligne (Stromer-Galley, 2003). Dans le même ordre d'idée, il a été constaté que l'entre-soi idéologique est moins fréquent en ligne que dans les interactions quotidiennes en raison de la multiplicité de sites internet sur lesquels naviguent les internautes et de la possibilité qu'ils ont d'interagir avec des personnes aux idées et aux expériences de vie dissemblables des leurs (Gentzkow et Shapiro, 2010 cités par Wojcik, 2011).

Un investissement minimal justifié par des commentaires majoritairement jugés agressifs

Cet investi1 - Des commentaires majoritairement jugés agressifs.

Pourtant, force est de constater que cette interprétation est extrêmement minoritaire parmi les réponses recueillies. La réaction la plus fréquemment citée (36 sur 102 réponses considérées ici) est la suivante : elle consiste à déplorer l'agressivité des débatteurs de ces espaces participatifs. Cette perception de la part des lecteurs silencieux ou des faibles commentateurs interrogés ici est si forte qu'il est essentiel d'en approfondir les raisons invoquées :

« Certaines personnes sont davantage là pour manquer de respect aux autres. Et cela parce que c'est plus facile d'insulter les gens cachés derrière son écran d'ordinateur. Et ce sont souvent des débats où tout le monde se répète, cela ne mène pas à grand-chose. Je pense que l'irrespect sur internet est un véritable problème qui ne fait que s'accroître » (Delphine).

« Les commentaires en ligne permettent souvent aux gens d'exprimer leur haine. Ce genre de débat n'a pas vraiment d'importance à mes yeux, je préfère suivre l'actualité simplement » (Gaétan).

« Beaucoup de personnes deviennent facilement agressives si nos opinions diffèrent des leurs » (Roxane).

« J'ai l'impression que derrière leurs écrans, les gens ont la critique facile » (Marine).

« Je n'ai pas forcément envie de prendre part à des débats parfois virulents » (Sylvia).

« Les commentaires sont généralement porteurs de conflits. En lisant on peut percevoir l'animosité. Cependant, le but d'un commentaire est d'apporter son opinion pas de se faire juger sur ses propos » (Léa).

Ces réactions amènent à trois types de lectures.

La première, déjà classique en sociologie des technologies d'information communication, constate une correspondance entre comportements anonymes (celui qui n'a pas de nom) et comportements inconséquents. C'est, à titre d'exemple, ce que note Axel Lefebvre dès le début des années 2000 à propos des forums « les intervenants se sentent à l'abri de toute relation autre qu'écrite, ce sentiment de sécurité se transforme aisément en une impression d'impunité [...]. Bien plus, c'est également l'imputabilité, c'est-à-dire le lien même entre un fait et son auteur, qui est souvent mise en cause » (2002). Le manque de responsabilité facilite le manque de profondeur, voire l'agressivité.

Ce qu'il faut comprendre plus précisément c'est que l'anonymat n'a pas le même impact suivant les contextes médiatiques. Dans l'espace public physique tel qu'étudié par Erving Goffman, l'anonymat est possible. Chacun peut accéder à l'espace public sans avoir à donner son nom. Mais ce statut n'implique pas nécessairement la montée d'un sentiment et d'un comportement de déresponsabilisation. Au contraire. Erving Goffman montre comme le fait d'être « sous le regard des autres », d'être « observé par les autres », même en restant anonyme (dans un café, dans la rue), module nos comportements. L'interaction avec d'autres personnes anonymes est rendue possible par la mise en œuvre de notions comme le « tact », de « maîtrise de ses impressions » (Goffman, 1973), autant de compétences langagières et corporelles attendues de la part de personnes qui « s'engagent dans un espace anonyme requérant l'acceptation de l'indétermination d'autrui » (Cardon D. Heurtin J.-P., Lemieux C., 1995, p. 6).

Alors que dans l'espace de ces commentaires en ligne anonymes, le comportement d'autrui n'est pas soumis de la même façon au regard et au jugement de l'autre. Finalement, ce n'est pas l'anonymat en soi qui explique ces comportements, mais *les contextes* dans lesquels ces comportements anonymes se déploient. De telle sorte que la différence entre les deux « statuts » - anonyme en présentiel *versus* anonyme en distanciel - est nette.

Il faut, dans une deuxième lecture, s'interroger sur les formes acceptables de la critique, formes non respectées ici du point de vue des internautes non-participants. Lieux d'échanges d'opinions, de jugements sur l'actualité, ces espaces de commentaires s'apparentent au régime de l'opinion décrit par Dominique Cardon, Jean-Philippe Heurtin et Cyril Lemieux. S'appuyant sur l'analyse praxéologique de la construction de l'opinion de Louis Quéré (1990), ces trois auteurs indiquent que, dans le régime de l'opinion, les interactions, sont bornées par deux règles : « l'engagement distancié se déploie en effet entre la nécessité pour chaque locuteur d'exprimer son je et l'exigence normative à laquelle il est soumis de laisser ouverte la possibilité pour autrui d'exprimer à son tour son je — c'est-à-dire de doter d'un caractère polyphonique l'espace des prises de position » (Cardon, Heurtin et Lemieux, 1995, p. 11-12). Autrement dit : ce n'est pas un trop grand investissement qui est reproché dans un régime d'opinion. *A contrario*, quelqu'un qui n'investit pas suffisamment le « je » ne joue pas les règles du jeu. C'est le fait de dénier à ses interlocuteurs la possibilité d'exprimer aussi leur « je » par un ton « péremptoire », un comportement dogmatique, peu ouvert à la discussion qui sera reproché (*Ibid.*, p. 12). Un comportement qu'il est plus facile de tenir dans un contexte d'énonciation *d'anonymat à distance*.

La troisième lecture, moins courante, est tout aussi importante. Cette agressivité – qu'elle soit effectivement caractéristique de la majorité des espaces de commentaires – est en tout cas ressentie comme telle. Or, d'une part, elle justifie l'absence de participation de lecteurs qui ne veulent pas faire face à une agressivité incontrôlable.

Parallèlement, cette agressivité focalise l'attention. C'est ce dont on se souvient le plus. La question de l'agressivité est par exemple au centre des désaccords entre partisans et opposants des technologies de la communication numériques en raison des risques de débordements que ces postures agressives comportent (Anderson et ali., 2014). Mais c'est aussi le cas des participants passagers, ceux qui postent peu de commentaires avant de repartir.

On ne peut comprendre à quel point ce comportement d'au moins une partie de débatteurs pèse sur le jugement de l'ensemble de ces dispositifs sans alors prendre en compte le mécanisme suivant : dans la construction de l'image positive de soi nous sommes sensibles aux critiques négatives (les critiques positives sont également très importantes, mais elles jouent un rôle de confirmation de la valeur que nous accordons à nos idées, etc. : André, 2005). C'est une forme de protection de l'estime de soi. Cette estime de soi dépendant largement du regard que les autres portent sur nous. Toute

évaluation favorable par les autres améliore l'estime de soi (André, 2005, p. 27). À l'inverse toute critique peut l'impacter négativement.

Ces trois raisons expliquent pourquoi les propos agressifs polarisent autant l'attention. Pourquoi ils sont jugés à ce point marquants par de nombreux lecteurs et justifient le fait de rester en dehors de ces espaces participatifs.

Des « débats sans fins ».

Et ce d'autant plus que, corrélativement, ces espaces sont largement évalués comme produisant non des débats mais des « dialogues de sourds » (30 réponses ouvertes sur les 102 considérées ici).

« On trouve beaucoup de débats intéressants (notamment sur les sites les plus sérieux) mais globalement, les débats ne reflètent simplement que la colère des internautes ce qui amène souvent à des dialogues de sourds » (Antoine).

« En général chacun parle pour soi sans véritable débat » (Tatiana).

« Je ne commente pas car les débats entre internautes deviennent souvent violents et complètement stériles » (Ludovic).

« Pour moi, y ajouter mon avis ne mènerait à rien car les gens ne s'écoulent pas. Ils ont un avis tranché et ne changeront pas d'opinion car monsieur ou madame untel a posté un argument contre. Je trouve souvent les débats entre commentaires interposés creux ou sans fin » (Fanny).

« Chacun veut imposer sa pensée. Il n'y a donc pas réellement d'échange » (Camille).

« Je prône une société pacifique et donc partir dans ces débats reviendrait à aller au conflit. Cela explique en grande partie mon refus de commenter certains articles » (Dominique).

« Je ne vois pas l'intérêt d'entamer ce genre de débat avec d'autres internautes car ce genre de débat en ligne par commentaires interposés aboutit rarement à des conclusions constructives » (Antoine).

Il faut noter que les attentes sous-tendues par les avis majoritairement exprimés sont en congruence avec la définition de débat établie en linguistique. Parler de débat, c'est considérer que chacun reconnaît la nécessité de la parole de l'autre dans la construction d'une opinion publique

(Charaudeau et Ghiglione, 1997, p 30). C'est également accepter l'idée de co-construction d'une conclusion (sinon unanime tout au moins majoritaire) en fin de débat. Une conclusion différente des opinions initialement exprimées en raison des arguments, des raisonnements développés. Une co-construction, perçue par les lecteurs comme un enrichissement des opinions, impossible ici faute de responsable de débat. Un animateur dont le rôle ne se limiterait pas à donner la parole ou à interdire les propos sortant du cadre légal. Mais aussi à se faciliter l'interactivité entre participants et à mettre en œuvre une synthèse. L'absence de gestion journalistique des débats organisés par les sites de presse sur des questions politiques et de société complique incontestablement le bon déroulement de ces espaces citoyens participatifs.

Des jugements jugés lacunaires.

Le troisième avis le plus partagé est également négatif. La moitié des retours concerne le caractère jugé partiel ou encore lacunaire des arguments publiés (si l'on prend en compte ces deux critiques, 45 répondants abordent d'eux-mêmes ces sujets).

Il serait possible de n'y voir qu'un reproche de manque d'objectivité ou de neutralité de lecteurs confrontés à des avis contraires aux leurs. Et en effet, les débats en ligne n'échappent pas à la diffusion d'avis fondés sur des préférences idéologiques ou des valeurs morales assumées. Mais, à vrai dire, cette situation est la règle. Il suffit d'analyser des courriers de lecteurs sous l'angle des discours argumentatifs pour relever combien des valeurs sous-tendaient déjà les propos publiés par les journaux. L'intellectualisation des arguments explique que ces valeurs ne sont pas obligatoirement revendiquées comme telles. Mais elles affleurent bien dans le choix des mots choisis en appui de ses idées. Ainsi, des lecteurs se mobilisant contre la construction d'un aéroport nécessitant de déplacer des cimetières militaires de soldats morts au cours de la première guerre mondiale. Ils justifient leurs refus des travaux en raison du « respect » dû aux morts, du « devoir de mémoire » au fondement d'une société ou encore de la sauvegarde du « patrimoine » (Doury, 2010, p. 5).

De même qu'il est difficile d'occulter ses valeurs dans la défense de ses opinions, il est difficile – même dans un espace public fondé sur l'idée de raisons - de faire abstraction de ses émotions. Ne serait-ce que parce que les émotions sont un filtre qui nous relie à notre environnement. Qu'elles sont un fondement de notre jugement (Paperman, 1992). Qu'elles constituent aussi une source de motivation pour parler ou agir (un citoyen qui ne ressent rien devant un évènement ne sera pas incité à réagir ou agir).

Ainsi, le fait d'être confrontés à des avis fondés sur des valeurs, voire des émotions différentes des siennes n'est pas propre à ces espaces de débats en ligne. Qui plus est, il a été constaté que les débatteurs filtrent d'eux-mêmes les arguments publiés. Comme ils sont - comparativement à la vie quotidienne - plus souvent confrontés en ligne à des personnes en désaccord avec eux, ils ont d'eux-mêmes tendance à accorder plus d'attention aux opinions avec lesquels ils sont d'accord (Blom, Carpenter et Bowe, 2001).

Pour expliquer la récurrence de ce troisième type de critiques, il faut donc prendre en compte d'autres paramètres. Puisque c'est moins la subjectivité des arguments publiés que leur caractère lacunaire qui est regretté.

« Je préférerais discuter avec une personne qui a assez de connaissances sur le sujet traité (politique, économie) afin d'échanger nos points de vue et arriver à quelque chose de constructif » (Camille).

« Certaines personnes ne savent pas de quoi elles parlent, ont des propos non fondés et non réfléchis, dans un esprit uniquement contradictoire » (Julie).

« Souvent ce sont des banalités qui en ressortent : "le racisme c'est nul !" par exemple. Dans d'autres cas, certains sont intéressants mais peu de lecteurs le comprennent. De mon point de vue, il y a beaucoup d'incompréhensions entre ces personnes rédacteurs de commentaires » (Pauline).

« Certains commentaires sont utiles ; les personnes argumentent et expriment leur point de vue. Mais d'autres sont totalement inutiles. Certains commentent mais n'ont rien à dire quant au sujet en question » (Tatiana).

« Je suis plutôt globalement insatisfaite de ces commentaires. Ils sont souvent le lieu où fleurissent les théories du complot, les critiques peu fondées et/ou peu argumentées. C'est également souvent dans ces espaces que l'on peut retrouver des propos racistes, sexistes, extrémistes... Or j'apporte peu de crédit à ces idées et préfère me contenter de la seule lecture des articles » (Anaëlle).

La liste des arguments que les lecteurs regrettent d'avoir lus va des informations superficielles aux opinions tendancieuses. Il n'est pas possible de complètement éclairer ces réactions sans comprendre pourquoi ces dispositifs en ligne facilitent l'expression de telles opinions. Le travail réalisé par le sociologue Gérard Bronner sur l'essor d'avis défendant des

thèses de type conspirationniste, complotistes ou encore – sur un autre registre – des défenseurs des prédictions astrologiques en ligne est ce sujet éclairant. Celui-ci constate que les sites internet, les forums, offrent de nouveaux lieux de promotion de telles opinions.

Or, il n'est pas facile pour les rédactions d'empêcher l'expression de ce type de positions. L'étude réalisée par Amandine Degand et Mathieu Simonson sur les systèmes de modération mis en place par les sites de journaux en ligne le montre. Ce travail liste l'ensemble des règles affichées par les sites : interdiction des atteintes à l'honneur, la pudeur et la vie privée ; interdiction des atteintes aux droits d'auteur ; interdiction de la publicité et du prosélytisme. La dernière interdiction porte sur l'interdiction de message hors sujets ou incompréhensibles (2011). C'est celui, potentiellement, qui offre le plus de possibilités de peser sur le contenu des commentaires. Mais, de fait, « la modération de commentaires hors sujet fait débat [...] Pour éviter [les problèmes] les modérateurs s'efforcent de ne pas être trop intransigeants quant à la pertinence des commentaires » (2011, p. 61-62).

Dès lors, l'accès à ces espaces d'expression y est aisé, sous réserve d'inscription (avec avatar, adresse mail valide et plus exceptionnellement compte d'abonné). Pour peu de rester dans le cadre des limites juridiques posées à la liberté d'expression et des règles de modérations appliquées avec souplesse.

Or, explique Gérard Brunner, sur des sujets tels que des attentats (des tours jumelles aux États-Unis, de *Charlie Hebdo* en France), les citoyens convaincus par les explications « officielles » des faits données par les gouvernements et les médias ne sont pas les plus motivés pour « défendre » ces versions en ligne. Tandis que les acteurs sociaux tenants des « thèses alternatives » sont eux bien plus motivés pour profiter des espaces d'expression apparus avec Internet pour soutenir leurs convictions (Brunner, 2013). Pour le dire autrement, ces espaces de commentaires sont ouverts aux défenseurs de thèses minoritaires, comme d'autres médias avant eux, mais dans des proportions décuplées. Cette suractivité d'un nombre circonscrit de commentateurs très engagés facilite, potentiellement des biais. Par exemple l'instrumentalisation de ces débats par des minorités actives et déterminées (Himmelboim *et al.*, 2009, p. 786). Or, face à ce risque de « détournement du débat et de radicalisation des discussions », les médias ne disposent pas de solutions – peu onéreuses – simples. La difficulté n'est pas juridique. Juridiquement, ils peuvent par exemple imposer une interdiction de toute publicité, partisane ou commerciale. Pour Amandine Degand et Mathieu Simonson la difficulté tient aux moyens nécessaires dont disposent les rédactions multimédias. Elles ne sont pas suffisamment étoffées pour repérer les utilisateurs qui souhaiteraient confisquer les débats (2011, p 61). Or ce risque de confiscation est réel. Il est même avéré du point de vue des internautes interrogés.

Discussion

Il faut prendre la mesure de ces trois caractéristiques relatives à l'organisation de ces espaces participatifs (l'anonymat à distance des participants), à leurs dispositifs (pas d'animateurs des débats), aux modalités de participation (pas de sélection mais une modération soit *a priori*, soit *a posteriori* des contributions). Il faut, pour cela, en mesurer l'impact. Or, les conséquences sont multiples.

De rares commentateurs.

La première conséquence est la plus visible. La majorité des commentateurs reste peu. Certes, il a été observé dès les premiers forums en ligne que le nombre de participants est proportionnellement plus faible que celui des lecteurs. Mais dans le cas des commentaires d'articles de presse en ligne, le *ratio* est particulièrement faible. En particulier parce que de nombreux commentateurs ne postent qu'un message. Les commentaires uniques (une seule participation) sont majoritaires.

Joue indéniablement le souhait de ne pas être confrontés à des participants agressifs :

« J'ai peut-être aussi une certaine réticence à communiquer mes opinions dans divers domaines et ce sur la toile car c'est très souvent mal interprété » (Antoine).

« Je ne souhaite pas partager mes opinions avec d'autres personnes que mon cercle de connaissances. Pour ne pas être jugé dans la société d'aujourd'hui. Car les gens interprètent souvent mal ou trop rapidement des avis que l'on peut donner » (Tom).

« Je préfère garder mon point de vue pour moi, je ne souhaite pas créer un débat sur le sujet qui m'obligerait à répondre. Je préfère débattre avec des personnes que je connais, mon entourage. Lorsque l'intégrité physique est mise en jeu cela force à une modération, à une écoute de la part des deux interlocuteurs » (Maxime).

« Souvent, quand on commente, d'autres utilisateurs viennent nous contredire, parfois violemment, cela est un peu rebutant car on ne commente pas pour se faire engueuler ou clasher » (François).

Mais, parallèlement, d'autres motivations avancées parmi les réponses recueillies fournissent des explications supplémentaires limitant la participation des citoyens aux débats de la société dans ces espaces médiatiques.

Un premier réflexe serait d'y voir une marque d'indifférence (« Je regarde l'actualité en ligne dans le but de l'informer et non de participer », Marine) ou un manque de motivation (« Je ne participe pas par paresse car il faut créer un profil sur le site internet et je ne tiens pas à participer à des débats insultants ... » (Bastien).

Mais ce serait occulter deux types de facteurs dont les poids – et les significations en termes de compréhension du fonctionnement de l'espace public médiatique – sont bien plus grands. Des facteurs sociaux d'un côté, des facteurs propres aux dispositifs de débat en ligne de l'autre.

Les premiers facteurs relèvent en effet d'une autocensure sociale. Même si ce n'est pas l'angle d'analyse principal retenu pour cette recherche, il est fondamental de rappeler que le réseau des réseaux ne s'abstrait pas de logiques sociales préexistantes. En particulier des logiques d'autocensures politiques dévoilées il y a déjà près de 40 ans par Daniel Gaxie. Un inégal sentiment à s'exprimer publiquement sur des sujets politiques ou de société qui s'explique par le fait que « certains agents sociaux sont investis d'une autorité politique, c'est-à-dire d'une aptitude socialement reconnue (et prescrite) qu'ils sont socialement disposés à accumuler les savoirs politiques qui contribuent en retour à légitimer leur droit statutaire à se prononcer sur les problèmes politiques » (1978, p. 240-258). Sauf à adopter un point de vue très « médiacentriste » et à accorder une importance trop prépondérante aux caractéristiques intrinsèques de ces espaces de discussion comme dispositifs participatifs performants, il faut tenir compte du fait qu'un internaute a d'autant plus de chance de vouloir donner son opinion en ligne qu'il se sent socialement légitime à le faire. Ce manque d'assurance dans sa propre légitimité à défendre son avis en ligne s'énonce soit directement (je ne me sens pas légitime), soit de manière latente quand l'argument du manque d'intérêt, de l'inutilité de son avis est mis en avant :

« Je ne commente pas car soit je ne connais pas suffisamment le sujet pour me permettre de juger » (Amandine).

« Je ne poste jamais ou quasiment jamais de commentaires en ligne car j'estime ne pas avoir les connaissances nécessaires ou la légitimité adéquate pour pouvoir exprimer une opinion de qualité suffisante comparée à ce que peuvent proposer des journalistes professionnels » (Thomas).

« Je n'ai pas forcément d'avis à donner sur l'actualité, pas de légitimité à la diffuser en cas d'avis » (Lucile).

« La plupart du temps, je n'estime pas avoir une opinion assez forte ou argumentée pour écrire un commentaire pouvant apporter quelque chose de plus à ceux déjà postés. Je préfère observer un débat plutôt que d'y participer » (Audrey).

« Je n'ai pas forcément les arguments adéquats pour me permettre de juger une situation, donc mes commentaires ne seraient pas forcément utiles » (Silya).

« Je n'aime pas donner publiquement mon avis sur les réseaux sociaux ou les autres médias. Selon moi, il s'agit d'un ordre privé ou du moins je l'expose à mes amis, ma famille, à vive voix, mais sur le net avec trace écrite » (Fatima).

Parmi tous les facteurs d'autocensure sociale et politique relevés par la littérature, ce panel, majoritairement féminin¹³, en illustre particulièrement une : le sentiment d'incompétence politique plus répandu chez les femmes que chez les hommes. De nombreuses enquêtes attestent du fait que les femmes s'autorisent plus facilement une parole politique en famille qu'au cours de discussions entre collègues ou amis, ayant intériorisé un sentiment de moindre compétence politique que les hommes¹⁴.

Ainsi, alors même qu'il s'agit de lecteurs qui pourraient s'exprimer de manière anonyme, c'est-à-dire sans le jugement de leur voisinage amical, de quartier ou de leur entourage professionnel, ces autocensures sociales perdurent bien. Un entourage qui, au travers de remarques insidieuses ou de jugements implicites, pourrait décourager ceux dont on estime qu'ils ne sont pas « à leur place » quand il s'agit de parler dans l'espace médiatique de « santé », « d'euthanasie » ou de « rentrée scolaire ». Cette autocensure montre combien, de ce point de vue, le caractère en apparence totalement ouvert des dispositifs participatifs en ligne pourrait être trompeur, occultant la complexité des facteurs – non techniques – nécessaires à l'application élargie de l'idée de « démocratie participative ».

¹³ En effet, si ce panel n'a pas été construit sur des critères de représentativité sociale mais de participation ou de non-participation des étudiants/internautes interrogés, il n'en reste pas moins que la féminisation des filières de Sciences d'information et de la communication explique la surreprésentation de répondantes à cette enquête.

¹⁴ Boy D. et Mayer N., « Les formes de la participation » in Boy D. et Mayer N., (dir.), *L'électeur a ses raisons*, Paris, Presses de Sciences Po, 1997, p. 25-65.

Il n'en reste pas moins que, à côté de ces facteurs sociaux, pointent des explications relatives au dispositif, explications que ce travail veut interroger.

C'est d'une part le cas de ceux qui ne veulent pas laisser une trace de leurs opinions politiques en ligne, par principe de précaution (« Je n'aime pas donner mon avis sur internet car tout est archivé et peut être utilisé contre nous » (Léo). Un réflexe qui témoigne, ici comme ailleurs, de la prise de conscience d'une partie croissante des internautes – notamment de jeunes internautes – des enjeux personnels concernant l'identité numérique, de l'usage qui pourrait ultérieurement en être fait (dans sa vie personnelle comme professionnelle). Notamment des informations concernant son opinion politique comme l'a montré une enquête réalisée auprès de 2000 personnes dans laquelle seuls 14% des internautes interrogés avaient déjà mis leur opinion politique en ligne. Soit un pourcentage plus faible que des données privées voire intimes telles que l'orientation sexuelle ou religieuse, indice de l'importance accordée au fait d'une majorité d'internaute de ne pas faire « cyberpubliquement » état d'informations jugées aussi « personnelles » ou « sensibles » que ses idées politiques (Ifop, 2010). Alors même que paradoxalement, la démocratie contemporaine repose sur l'idée que les décisions se nourrissent de réflexions publiques de tous les acteurs concernés, y compris des simples citoyens ;

C'est d'autre part le cas de ceux qui voient dans ces espaces de commentaire un dispositif participatif « froid ». Les caractéristiques de la communication à distance, avantageuses pour tous ceux¹⁵ qui souhaitent maîtriser leur expression en passant par l'écrit, peser leurs phrases et leurs mots avant d'écrire, etc., ne le sont pas pour d'autres. Plus restreinte et en ce sens plus facile à maîtriser, la communication écrite ne peut s'appuyer sur l'intonation de la voix, les silences, les micro-gestes du visage et du regard qui – dans les interactions en présentiel – nous aident à défendre nos idées, à interpréter celles des autres et, au fond, à renforcer la dimension relationnelle de la discussion. Les regrets ici exprimés en creux indiquent alors combien, pour ces acteurs sociaux, dans « l'échange d'idées » « l'échange » prime. Des attentes auxquelles répondent les débats télévisés et radios enregistrés en plateau comparativement aux échanges à distance organisés dans ces espaces de commentaires.

À ces motifs d'insatisfactions s'ajoute la préférence accordée aux réactions d'interlocuteurs que l'on connaît personnellement, aux retours de gens dont l'avis compte à nos yeux. Ne serait-ce que pour vérifier que nous partageons – ou pas – les mêmes idées sur le monde, les mêmes valeurs.

¹⁵ Amori Yee Mikami a montré que les personnes timides estimaient que Facebook avait amélioré la qualité de leurs relations amicales pour ces raisons, 2010.

« Par manque de temps ou d'intérêt je préfère commenter avec des personnes « réelles » autour de moi » (Roxanne).

« Je me contente de lire les actualités. Mon but est de me tenir informée. Pour ce qu'il en est de commenter ou discuter, je préfère débattre en famille ou entre amis » (Julie).

« Je ne communique qu'avec mes connaissances. Je n'ai pas envie de communiquer avec des gens que je ne connais pas » (Kangxi).

« Je garde mon opinion pour moi et la partage à mes proches. Le fait de "discuter" avec des inconnus ne m'intéresse pas » (Pauline).

« Les autres commentaires publiés sous les articles sont de personnes inconnues pour moi et je préfère commenter un sujet avec une personne en face-à-face ou alors connaître les personnes auparavant car sur internet on peut se faire passer pour qui on veut » (Clémence).

« J'ai mes idées, je préfère les partager avec mes amis de vive voix plutôt que de permettre à d'autres de me juger » (Clara).

« Je préfère de loin défendre mes opinions oralement, ce qui offre plus de possibilités » (Anouk).

Une attente que ne peuvent satisfaire des interlocuteurs avec qui l'on ne partage pas de moments – professionnels ou privés – de la vie quotidienne. Comme si, la qualité et le plaisir trouvés aux contenus échangés étaient indissociables des qualités attribuées aux interlocuteurs, à leurs qualités personnelles ici. Raison pour laquelle, la pratique du commentaire de l'actualité sur les réseaux sociaux recueille plus d'avis positifs que dans les sites de presse en ligne. Ce facteur éclaire bien le fait suivant (tableau 1, page suivante) : la plupart de répondants commentent rarement l'actualité en ligne et quand ils le font c'est le plus souvent sur Facebook ou Twitter. Autrement dit dans des espaces d'expression en ligne qu'ils partagent avec des personnes connues (les « amis » de Facebook notamment, ces vagues connaissances ou vrais amis, avec qui il a accepté d'interagir).

À ce stade de ce travail, il s'avère que chercher à connaître les motivations de la majorité des lecteurs revient à comprendre pourquoi les raisons incitant à ne pas lire ces commentaires – et a *fortiori* à participer – l'emportent sur celles les encourageant à contribuer. Ces résultats éclairent, par contrecoup, d'un regard nouveau ceux établis sur les motivations des commentateurs actifs. Ces derniers s'avèrent sensibles à la possibilité

d'exprimer une analyse ou une opinion critique. Mais pourquoi ce calcul des avantages/inconvénients ne pousse qu'une minorité des lecteurs des articles de presse à lire également les commentaires ? Qu'est-ce qui incite à aller au-delà des insatisfactions – agressivité, absence de dialogue – relevées ici ? Sur des sujets polémiques, certains participants se révèlent très motivés pour exprimer un point de vue minoritaire. Qu'en est-il des lecteurs ?

Une analyse chiffrée des réponses données à une deuxième série de questions – fermées montre la chose suivante. Les lecteurs les plus assidus de la presse en ligne sont des lecteurs qui, toute chose égale par ailleurs, s'intéressent plus fréquemment à l'actualité politique et lisent également plus fréquemment les commentaires qu'en font les autres lecteurs (tableau 1).

Répondants qui :	Lisent rarement l'actualité en ligne: 24	Lisent de temps en temps l'actualité en ligne : 56	Lisent fréquemment l'actualité en ligne : 22
En général, parlez-vous de politique ?			
Jamais	2	0	1
Rarement	4	0	0
Un peu	10	29	12
Souvent	7	18	6
Très souvent	1	0	3
Commentez-vous l'actualité en ligne ?			
Jamais	18	36	10
Rarement	4	16	9
De temps en temps	1	3	3
Fréquemment	1	1	0
		quand ils commentent c'est sur les réseaux sociaux (15), les comptes Twitter (7),	Et quand ils commentent c'est sur les réseaux sociaux (8), les comptes Twitter 3, les sites des

		les sites des médias (2), les portails (1)	médias (3)
--	--	--	------------

Tableau 1 : Corrélation entre intérêt accordé aux commentaires en ligne et intérêt accordé à l'actualité politique, à la lecture de la presse en ligne

Si les différences ne sont pas démesurées entre ceux qui lisent rarement ou fréquemment l'actualité en ligne, elles sont bien réelles. Les faibles lecteurs s'intéressent proportionnellement moins à l'actualité politique que les autres. Ils sont 6 (2+4) répondants sur 24 à ne pas parler ou qu'un peu de politique (soit 25%). Alors que c'est le cas d'1 lecteur régulier sur 22. De même, c'est parmi les premiers qu'on retrouve le plus grand nombre de lecteurs qui ne commentent jamais (75% pour les premiers, 45% pour les derniers). Or le degré d'intérêt suscité par la chose politique est un facteur sur lesquels les médias n'ont pas de prise directe. Un facteur pour lequel en tout cas une réponse donnée sur les dispositifs ne peut avoir d'impact immédiat.

Une perception négative qui s'étend aux journaux.

Au milieu des années 2000, faire de l'interactivité médiatique est jugé incontournable. À la fois parce que la version en ligne des sites de presse traditionnels a dû faire face à la concurrence de nouveaux acteurs médiatiques jouant « la carte » de la nouveauté journalistique et relationnelle (par exemple *Rue.89* qui vante l'information à trois voix : journalistes, experts, lecteurs¹⁶). Mais aussi pour ne pas se le faire reprocher par leurs lecteurs (Noblet et Pignard-Cheynel, 2010).

Dix ans plus tard, c'est un impératif incontournable avec le développement accru du web social et la concurrence d'entreprises non médiatiques (blogs, wikis). Et ce d'autant plus que les sites de réseaux sociaux numériques (l'américain Facebook ou son équivalent chinois Renren) ne servent plus seulement à mettre en relation des personnes mais, de plus en plus, à diffuser, à partager et donc à discuter de contenus médiatiques (articles de presse, photographies, vidéos). Comme le résume d'un mot cette réponse : « aujourd'hui on peut voir les avis et les commentaires des autres sur l'actualité, sur les réseaux sociaux » (Florian).

¹⁶ <http://rue89.nouvelobs.com/qui-sommes-nous>, 01.02.2015.

La plupart des médias en ligne se retrouvent alors devant le paradoxe suivant. Ils ne peuvent faire autrement que de proposer ces espaces de commentaire, au risque sinon de donner l'image de médias fermés, de rédactions refusant de communiquer avec leurs lecteurs. Au risque surtout de laisser à des concurrents non médiatiques l'essentiel de cette activité sociale qui consiste à parler de l'actualité autour de soi. Une pratique ancienne qui advient de plus en plus en ligne. Mais d'un autre côté, ils se retrouvent – pour des raisons de fragilité économique (manque de personnels) sans doute autant que par manque d'attrait journalistique pour l'exercice - dans l'incapacité d'assurer une animation rédactionnelle appropriée.

Tout se passe alors comme si les sites de presse en ligne toléraient sur leurs pages ces espaces de commentaire incontournables en raison de leurs coûts économiques faibles (peu d'investissement).

À la télévision, des programmeurs soucieux d'audience n'auraient pas maintenu aussi longtemps des débats de société suscitant aussi peu d'investissement des journalistes et d'indifférence auprès des spectateurs. Ce n'est pas tenable dans un média télévisé où le maintien d'un programme se fait détrimement d'un autre. Ce maintien ne peut se justifier sans répondre à un minimum d'exigences économiques (d'audience) ou éditoriales (un programme positif pour l'image de la chaîne).

Cette solution est possible pour les médias en ligne pour peu que l'on tienne le raisonnement suivant : au mieux ces dispositifs satisfont une fraction des lecteurs. Et dans le pire des cas les lecteurs mécontents ont la liberté de ne pas lire ces commentaires. Un raisonnement d'autant plus facile à « tenir » *a priori* que ces espaces de commentaires ne se substituent pas à des articles de journalistes. Ils s'ajoutent au contenu éditorial classique mais ne les remplacent pas.

Suivre un tel raisonnement revient, pourtant, à commettre une erreur de jugement. Car la troisième conséquence qui découle de la perception négative de ces dispositifs participatifs est certes moins visible. Mais elle est pourtant capitale. Ce jugement négatif n'est pas sans conséquences pour la presse en ligne. Quand une fraction très active d'internautes polarise les débats sur un sujet polémique de manière vigoureuse, voire agressive, les commentateurs vont se focaliser sur le contenu de l'article, le critiquer constate la journaliste Suzanne la Barre. Or un élément atteste du fait que cette critique impacte les journaux qui les portent. Ce qui n'est pas anodin. En effet, lorsqu'un journal américain – le *National Journal* – décide de supprimer les commentaires, la rédaction constate que le site augmente son audience. « 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%¹⁷. »

Sélectionner les commentaires, une réelle alternative ?

Faut-il en déduire qu'il est, dans les conditions actuelles, dans l'intérêt des médias en ligne de renoncer à ces dispositifs participatifs ?

Une telle issue serait radicale. Pourtant plusieurs journaux n'hésitent pas à l'appliquer ponctuellement sur des sujets réputés particulièrement difficiles à gérer (lors d'actualités politiques, religieuses, de faits divers judiciaires...). Sur le conflit israélo-palestinien par exemple, la plupart des rédactions web belges préfèrent fermer les espaces de commentaires plutôt que d'avoir à gérer une multiplicité de situations conflictuelles (par exemple des contestations de propos supprimés : Degand, Simonson, 2011, p. 60). Mais, de fait, la question n'est que déplacée. Elle n'est pas solutionnée. Ces opinions continueront à s'exprimer en ligne, mais en dehors des sites de presse (sur d'autres forums, plateformes de contenus : *ibid.*). Cette solution radicale reviendrait à laisser à la concurrence – et notamment aux réseaux sociaux – le monopole de la gestion et de la recherche de rentabilité financière associées à cette pratique sociale.

Suffit-il de modérer les commentaires ? Que ce soit par la rédaction elle-même, ou encore – c'est la solution la plus couramment adoptée aujourd'hui – par les internautes ? Soit en supprimant - *a posteriori* - des propos signalés comme inappropriés par les autres internautes au regard de la charte des commentaires (telle celle du *huffingtonpost.fr* : « ne tolère pas d'attaques, d'insultes ou d'injures directes ou indirectes, et ne tolère pas non plus les tentatives délibérées de déstabiliser, bouleverser, provoquer ou chercher à obtenir des autres utilisateurs une réaction émotionnel »¹⁸). Soit en les « classant » pour n'en valoriser qu'une petite partie. Mais, au vu des avis recueillis pour cette étude, aucun de ces procédés n'apporte pas de solution réellement satisfaisante aux yeux de la majorité des lecteurs.

Reste une dernière possibilité : sélectionner, par les rédactions, les propos diffusés, comme le proposent plusieurs des réponses recueillies.

« Je suis insatisfaite des informations et des débats développés dans les espaces de commentaire. Parce que tout le monde peut

¹⁷ Leser É., « Comment les commentaires "ruinent" les articles », *Slate*, 9.06.2014.

¹⁸ <http://www.huffingtonpost.fr/p/foire-aux-questions.html#moderation>, 01, 02, 2015.

prononcer leurs opinions. Les personnes qui ont de mauvais desseins peuvent défendre des propos dangereux » (Zhou).

« Je suis insatisfaite car tout est permis (chère liberté d'expression) et que cela amène à des propos qui ne devraient pas être tenus. De plus, rares sont les débats constructifs » (Fatima).

Qu'impliquerait le fait de passer d'un système de modération à un système assumé de sélection ? Il suffit de mesurer les implications que supposerait un tel changement pour évaluer à quel point les principes de « démocratie médiatique participative » seraient alors remis en cause

Certes, quand il n'y a pas de cadre discursif fort – de règles tangibles indiquant le registre de comportement discursif « normal », attendu, il n'y a pas d'espace de discussion constructive robuste. Ces dispositifs l'attestent.

Pour autant, assurer une sélection des propos « les plus intéressants » au motif de garantir « la qualité » des commentaires publiés, pour le dire clairement une censure, n'est pas sans effets. L'étude des modalités de sélection des courriers des lecteurs de Nicolas Hubé en révèle les différentes dimensions. Car « la sélection est un moment où le public est défini par la rédaction, un public modelé tel qu'elle se l'imagine, tel qu'elle le présentera à son lectorat et tel qu'elle cherche à le faire réagir » (Hubé, 2008, p. 101). Cette sélection s'appuie sur des justifications de forme et de forme. De fond bien sûr chaque fois que les propos antinomiques à la ligne éditoriale de la rédaction ne sont pas retenus¹⁹. Cette sélection est d'autant plus efficace qu'elle peut s'établir, de manière moins visible, par le choix d'extraits plutôt qu'un trop visible refus.

Adopter le principe de sélection de commentaires au motif d'en améliorer le contenu reviendrait alors à redonner aux rédactions un contrôle – un pouvoir - sur tous les propos publiés sur les sites de presse. Alors que, comme le souligne Aurélie Aubert (2011, p 51), « l'espace internet a permis un détachement du champ de la subjectivité par rapport au champ médiatique, un décollement de l'expression subjective de sa soumission antérieure aux contraintes de généralité propres aux prises de parole dans les médias traditionnels (Boltanski *et al.*, 1984) ». Le principe d'interactivité a imposé d'autres critères de légitimité de propos diffusables - fondés sur l'idée que « les informations et les données ne sont plus figées, elles n'appartiennent

¹⁹ Pour le responsable du courrier des lecteurs du *Nouvel observateur* par exemple « Les lettres publiées sont celles qui ne « véhiculent pas d'idées racistes », ni ne "mettent en cause des valeurs auxquelles [les journaux] sont attachés» (Hubé, 2008, p. 102). De forme quand les journalistes s'appuient sur des critères de style : être concis, savoir écrire, être capable d'intéresser les lecteurs (*Ibid.*).

plus à personne et s'enrichissent en circulant. C'est [...] l'internaute qui, désormais, fournit le fond du Web et qui choisit sa forme. Il crée et alimente le contenu »²⁰. Ces idées – de même que ceux portés par les principes aux fondements d'une démocratie participative renouvelée – seraient dénaturés par l'instauration d'un système de sélection des commentaires.

Conclusion

Les espaces de commentaires appuient-ils l'interprétation suivant laquelle la multiplication de discussions citoyennes sur l'actualité politique en ligne favorise le développement d'une nouvelle forme de participation politique ? L'échange étant vécu comme un acte citoyen facilitant l'émergence d'un sentiment de participation citoyenne au sens où le définit Laurence Monnoyer-Smith (2011) ? Cette auteur – s'appuyant Todd Graham (2009) – estime en effet qu'il faut attacher une grande importance à tous les dispositifs qui concourent à ce registre de participation citoyenne en ce qu'ils révèlent « la mutation de la citoyenneté telle que vécue par les individus eux-mêmes : en discutant politique sur les réseaux sociaux, les forums de fans d'émission satirique, les personnes interrogées rapportent non seulement s'engager dans une discussion politique, mais vivre certains échanges comme un acte citoyen ».

En ce qui concerne, les espaces de commentaires des articles de presse en ligne, cette recherche ne valide pas cette interprétation. Plus précisément elle montre que cette partie aux marges de l'espace public médiatique ne satisfait pas la majorité silencieuse internautes/lecteurs. Celle qui, au mieux, lit et ne participe pas, au pire ignore ces espaces de commentaires. Car si le nombre de lecteurs des commentaires comparativement au nombre de lecteurs d'un article est faible, le nombre de ceux qui passent le pas du commentaire est plus limité encore. Ces deux constats obligent à relativiser l'impact de ces dispositifs participatifs, supposés pourtant rapprocher les médias en ligne de leurs lecteurs et renouveler l'espace de discussion de la société sur elle-même.

Que nous enseignent spécifiquement ces critiques sur l'espace public médiatique ? Elles mettent en lumière deux types d'écueils possibles d'un espace médiatique participatif en ligne. Des écueils que les limites des dispositifs des sites de presse mettent en lumière.

Le premier type d'écueil porte sur les risques à développer un espace d'expression citoyenne sans autre exigence, sans autre objectif, que de

²⁰ Zilbertin O., *Le Monde*, 22/11/2006.

favoriser une libération de la parole. Le risque, comme le résume alors parfaitement Pierre Rosanvallon, est celui de la récupération de cette liberté de parole à des fins négatives. « La population est évidemment mieux formée et informée de nos jours, des lieux d'expression et de rationalisation de la vie sociale n'en sont pas moins nécessaires. Ce qui menace une société en permanence, c'est la dérive dans l'irrationnel et la manipulation des revendications [...] Le populisme n'est rien d'autre que l'instrumentalisation et la récupération déformée des souffrances du monde social. Seulement en faisant vivre, réflexivement, le monde social, en faisant vivre un esprit civique, pourra-t-on éviter ce type d'écueil » (Rosanvallon, 2011, p. 342). Ce qui est vrai d'enjeux politiques l'est tout autant de questions de société. Ce possible péril inhérent aux dispositifs participatifs renvoie à trois critiques formulées dans les réponses recueillies. L'une tient à la surreprésentation de contributeurs motivés pour défendre des avis jugés lacunaires, voire tendancieux. L'autre concerne la difficile co-construction de conclusions faute de gestion des débats par les rédactions au-delà d'un rôle de modération des propos publiés. La dernière porte sur les conséquences de l'anonymat des contributeurs. Le manque de responsabilité permet le manque de profondeur, voire l'agressivité.

Ainsi, faute d'accompagner systématiquement l'expression citoyenne de dispositifs évaluatifs critiques systématiques, des dispositifs qui iraient au-delà de la modération des propos pour favoriser l'élaboration d'opinions co-construites après discussions, ces espaces de commentaires n'évitent pas cet écueil.

Le deuxième type d'écueil relève d'un registre très différent. Il tient à la préférence, affichée pour de nombreux internautes, aux discussions avec des personnes dont l'avis compte à leurs yeux parce qu'ils les connaissent. Parce que l'intérêt qu'ils accordent aux échanges sur des questions politiques ou de société dépend – en partie – des qualités que l'on attribue à ses interlocuteurs, qualités en termes de compétences ou qualités personnelles.

En soit, cette contrainte propre aux débats en ligne, y compris avec des inconnus, n'est pas rédhibitoire. C'est ce que montre une analyse comparée des usages et des gratifications retirées par les commentateurs des articles de presse et des blogs²¹. Mais les blogs offrent aux commentateurs des

²¹ Les uns et les autres apprécient en tout premier de pouvoir exprimer cyberpubliquement leurs avis (74 sur 102 commentateurs d'articles de journaux argentins interrogés par Eugénia Mitchelstein pour 52 commentateurs de blogs sur 117). En revanche, les commentateurs de blogs sont plus spécifiquement motivés par le caractère amusant de cette pratique (31% comparé à 15%), par la promotion de leurs propres blogs (27% comparés à 14%) et, surtout, par la possibilité de rencontrer, de discuter avec d'autres personnes (20%

gratifications supplémentaires. Des gratifications qui témoignent d'une part des relations approfondies tissées entre les blogueurs et leurs lecteurs les plus fidèles, et d'autre part de l'émergence de communautés d'internautes fédérées – *via* des réseaux de blogs traitant des mêmes sujets – autour d'intérêts partagés. C'est faute d'arriver à générer l'émergence de représentations similaires entre internautes et auteurs (journalistes) voire entre internautes seuls, que ces dispositifs participatifs n'échappent pas à cette critique touchant au fond à la « froideur » des échanges. Le développement d'un sentiment d'appropriation de ces espaces de commentaires par une majorité d'internautes serait, à cet égard décisif. Une logique d'appropriation dont les leviers pourraient reposer sur une responsabilisation des internautes/commentateurs les plus motivés à entretenir ces dispositifs participatifs. Mais aussi sur le développement d'un sentiment d'appartenance de la majorité des internautes/lecteurs à une « communauté de lecteurs » réunie par l'attachement à un titre, une ligne éditoriale

Les critiques adressées à l'encontre de ces dispositifs révèlent, par défaut, les deux facettes nécessaires au développement d'un espace médiatique participatif jugé satisfaisant. Ces dispositifs participatifs sont jaugés à l'aune de la qualité de leurs contenus mais aussi à l'aune du degré d'appartenance à une « communauté » que les instances qui les portent savent générer. Ce n'est qu'en répondant en même temps à ces deux défis que les titres de presse en ligne peuvent espérer déployer des espaces médiatiques participatifs répondant vraiment aux attentes de leurs lecteurs. Or il suffit de rappeler deux tendances – la baisse du nombre de lecteurs réguliers (qui achètent le même journal tous les jours) depuis plusieurs décennies d'une part, la diminution en dix ans du nombre de pages lues par site de presse visité (entre 4 et 5 pages lues par titre aujourd'hui, chiffres OJD, 2015), pour mesurer la difficulté des problèmes.

Autant de défis que doivent relever les rédactions numériques qui souhaitent accompagner un véritable sentiment de participation citoyenne.

Bibliographie

Agamben, G., *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, Rivages, 2007.

André C., « L'estime de soi », *Recherches en soins infirmiers*, 2005, n°82.

comparé à 5%). La fonction expressive, la fonction cathartique même, des espaces de commentaires est, dans les deux cas, jugée appréciable (Mitchelstein, 2011).

Anderson A., Brossard D., Scheufel D., Xenos M., Ladwig P., « The “Nasty Effect:” Online Incivility and Risk Perceptions of Emerging Technologies », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 19, 2014.

Aubert A., *La société civile et ses médias*, Ina et Bdl éditions, 2009.

Aubert A., « Le participatif perçu par les professionnels du journalisme : état des lieux », *Les cahiers du journalisme*, 2011, n°22/23.

Aubert A., « Participer à l’actualité, quel sens pour l’engagement », sous la dir. J. Denouël, F. Granjon, A. Aubert, *Médias numériques et participation*, Mare et Martin, 2014.

Blom R., Carpenter S., Bowe B., « No comment : the negative effects of online discussion dominators on E-democracy », *The International Political Science Association and European Consortium for Political Research Joint Conference*, Brazil, 2011.

Blondiaux L., Fourniau J.-M., « Un bilan des recherches sur la participation du public en démocratie : beaucoup de bruit pour rien ? », *Participations*, n°1, 2011.

Branca-Rosoff S. et Marinelli C., « Faire entendre sa voix. Le courrier des lecteurs dans les trois quotidiens marseillais », *Mots. Les langages du politique*, 1994, n° 40.

Bronner G., *La démocratie des crédules*, PUF, 2013.

Cabrolié S., « Les journalistes du *Parisien.fr* et le dispositif technique de production de l’information », *Réseaux*, 2010, n°160-161.

Canu R. et Datchary C., « Journalistes et lecteurs-contributeurs sur mediapart. Des rôles négociés », *Réseaux* 2010, n° 160-161.

Charaudeau P. et Ghiglione R., *La parole confisquée. Un genre télévisuel : le talk-show*, Dunod, 1997.

Dacheux É. et Prado-Sanchez R., « AD Grand-Rivière héros méconnu », *Nouer le lien social. Pratiques de communication et lien social*, sous la dir. S. Rouquette, PUBP, 2015.

Degand A., Simonson M., « La modération des fils de discussion dans la presse en ligne », *les cahiers du journalisme*, 2011, n°22/23.

Doury M., « “Un cimetière et des avions” : argumentation et valeurs dans le courrier des lecteurs d’un journal local », *Argumentation et Analyse du Discours*, 2010.

Falguères S., « Les forums de discussion des sites web de la presse quotidienne nationale : vers un renouvellement des formats d’expression ? », *La Démocratie à l’épreuve de la Société numérique*, Karthala, 2007.

- Cardon D. Heurtin J.-P., Lemieux C., « Parler en public », *Politix*, n°31, 1995.
- Gaxie D., *Le cens caché. Inégalités culturelles et ségrégation politique*, Seuil, 1978.
- Hubé N., « Le courrier des lecteurs. Une parole journalistique profane ? », *Mots. Les langages du politique*, 2008.
- Himmelboim I., Gleave É. et Smith M., « Discussion catalysts in on-line political discussions: Content importers and conversation starters », *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2009, n°14.
- Ifop, « Observatoire des réseaux sociaux », 2010.
- Kaufmann J.-C., *L'entretien Compréhensif*, Nathan, 1996.
- Korgaonkar R.K. et Wolin L.D. (1999), « A multivariate analysis of Web usage », *Journal of Advertising Research*, n°39.
- Lefebvre A., « Espace public et technologies de l'information : le cas du courrier électronique et du forum de discussion », sous la dir. V. Serfaty, *L'Internet en politique, des Etats-Unis à l'Europe*, Presses universitaires de Strasbourg, 2002.
- Leung L., « User-generated content on the Internet: An examination of gratifications, civic engagement and psychological empowerment », *New Media and Society*, 2009.
- Michon, S., « Variation de l'intérêt de la participation politique des étudiants », *Regards Sociologiques*, n°24, 2003.
- Mitchelstein E., « Catharsis and Community: Divergent Motivations for Audience Participation in Online Newspapers and Blogs », *International Journal of Communication*, 2011.
- Monnoyer-Smith L., « La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques ? », *Participations*, 2011, n° 1.
- Mossuz-Lavau, J., « Le vote des femmes en France », *Revue française de science politique*, 43 (4), 1993.
- Noblet A. et Pignard-Cheynel N., « L'encadrement des contributions "amateurs" au sein des sites d'information : entre impératifs participatifs et exigences journalistiques », *Web social. Mutation de la communication*, sous la dir. F. Millerand, S. Proulx, J. Rueff, Presses de l'université du Québec, 2010.
- Norris P., « Conclusions: the growth of critical citizens and its consequences », *Critical citizens: global support for democratic governance*, Oxford University Press, 1999.
- Paperman P., « Les émotions et l'espace public », *Quaderni*, 1992, n°18.

- Quéré L., « Opinion : l'économie du vraisemblable », *Réseaux*, n°43, 1990.
- Quéré L., « La télévision régie-t-elle l'espace public », *La communication de l'information*, Dir. Esquenazi J.-P., L'harmattan, 1995.
- Rosanvallon P., « Écrire une histoire générale de la démocratie » », *Participations*, 2011, n°1.
- Rouquette S., *L'analyse des sites internet*, Ina/De Boeck, 2009.
- Rouquette S., *L'hypermédia Internet*, Ina éditions, 2010.
- Vilatte, J.-C., *Méthodologie de l'enquête par le questionnaire*, 2007, http://www.lmac-mp.fr/les-textes-de-jean-christophe-vilatte_19.php.
- Wojcik S., « Prendre au sérieux la démocratie électronique. De quelques enjeux et controverses sur la participation politique en ligne », Forey E., Geslot C. (dir.), *La démocratie électronique*, L'Harmattan, 2011.
- Yee Mikami A., Swedo D., Allen J., Evans M., Hare A., « Adolescent peer relationships and behavior problems predict young adults: Communication on social networking websites », *Developmental Psychology*, 2011, n°46.