



Théories et images d'une terre plate abondent sur le Net.

MENSONGES

ET POURTANT, ELLE TOURNE !

Le déversement de fausses nouvelles et théories dans le champ médiatique en arrive à concurrencer les vraies. Les journalistes professionnels sont de plus en plus concernés.

À l'instar de la terre plate et de ses croyants (photo), nombreux sur le Net, la profusion de théories absurdes, de rumeurs et de mensonges grossiers pose de plus en problème aux professionnels de l'information. Comment y faire face dans un climat de méfiance croissante à l'égard des médias traditionnels ? Avec quelles armes et quels arguments ? On évoque la question dans cette édition suite à une récente table ronde à Bruxelles (page 8) et à propos du livre de l'ex-ministre Jacqueline Galant où elle piétine allègrement la vérité, au préjudice de journalistes (page 3).

« Jusqu'où peut aller la liberté d'expression si elle ne sert qu'à mentir ? » demande ainsi une consœur mise en cause. Qui aurait cru que la première règle de déontologie – rechercher et respecter la vérité – allait prendre une telle importance face à ses détracteurs ?

Articles en pages 3 et 8

J.-F. Dt

PRESSE

L'INTERACTIVITÉ AVEC LE PUBLIC, AU CŒUR DU DÉBAT

Supprimer les commentaires sous les articles, les trier en interne ou en externalisant ce service, ouvrir des pages Facebook dédiées à l'interaction avec les internautes, ou développer d'autres modes d'échange avec le lecteur. Comment nos quotidiens s'y prennent-ils ?

Le groupe Roularta (*Le Vif*, *Trends Tendances*, etc.) a relancé le débat... en renonçant au débat sur ses sites d'information. La plupart des quotidiens, eux, continuent à sous-traiter la modération hors des rédactions. Rares sont ceux qui font cela en interne. Ces modérations à géométrie variable suggèrent une question : quel est le véritable enjeu des commentaires des internautes ?

Cette question est rarement posée. Pourtant, sait-on pourquoi les commentaires sont apparus sous les articles des journalistes et sur les réseaux sociaux des médias ? Pour prolonger

le débat d'idées avec le lecteur ? Pour augmenter l'audience du média, ou sa visibilité ? Pour rester connecté au public ? Ou plus profondément, parce que la manière de faire du journalisme évolue ?

Roularta, qui avait déjà bousculé les habitudes en refusant les commentaires anonymes, a justifié sa prise de position radicale de renoncer à tout commentaire à chaud en ces mots : « Nous sommes face à une libération de la parole. Tout ce déferlement de haine participe à une ambiance délétère qui trouve un impact dans la société. Laisser les commentaires

ouverts, c'est ouvrir un boulevard au populisme. » Le groupe de presse décide dès lors de se concentrer sur sa mission d'informer et il poursuivra son interaction avec le public uniquement via les mails et sa page Facebook.

A l'inverse, Christophe Berti, le rédacteur en chef du *Soir*, estime que « le site du *Soir* doit susciter le débat, l'alimenter, le recadrer en accentuant la modération, et doit être un lieu où l'on combat ces propos infects par des arguments, des faits, du dialogue et du courage. »

Suite et dossier en pages 4 et 5

Jean-Pierre Borloo

N°189 SOMMAIRE

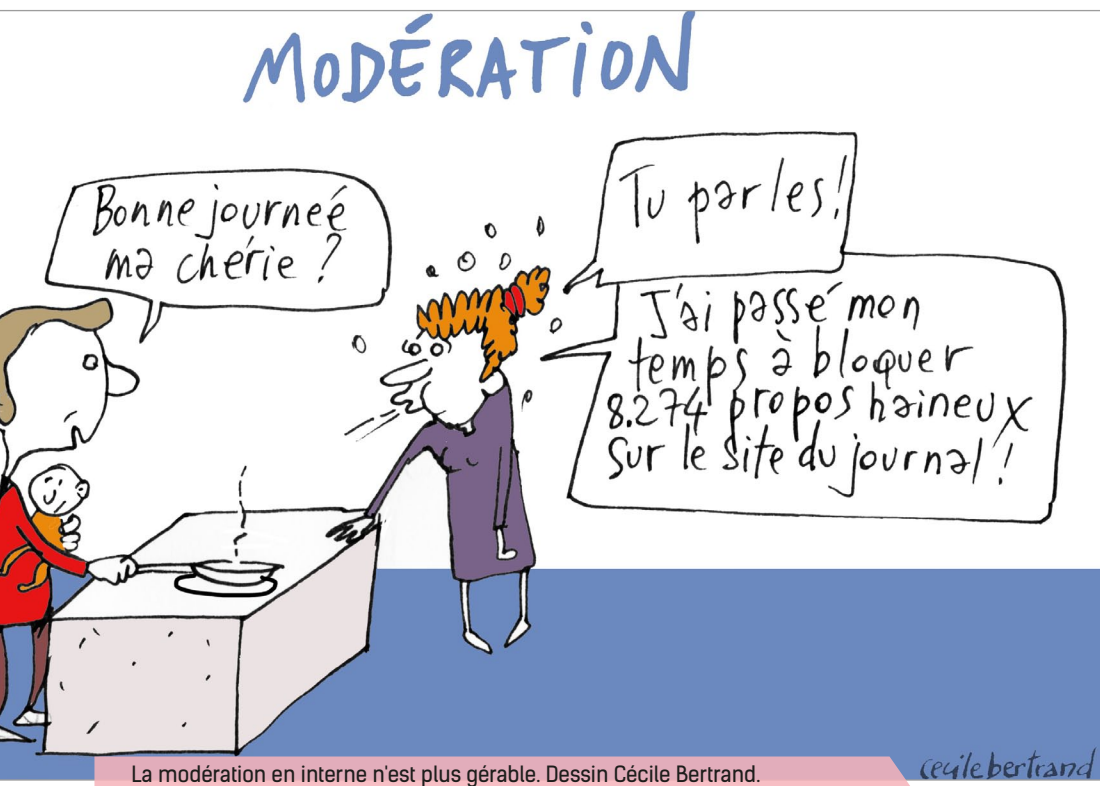
- 02 AJP et AGJPB: N'oubliez pas l'AG du 25 février ! \
- 02 TV locales : La transition numérique s'accélère \
- 06 Emploi : Le parcours des combattants \
- 07 Livres : Un tour d'Europe des syndicats de journalistes \
- 07 En Bref : La nouvelle SDJ de L'Echo

DOSSIER

LES FORUMS DES MÉDIAS SONT-ILS DES LIEUX DE DÉBAT?

Dans chaque rédaction, en fonction du public concerné et de l'objectif poursuivi, des lieux d'échange avec le lecteur sont aménagés. Pour faire remonter de l'information locale, pour donner de la visibilité au média, ou pour faire évoluer la réflexion sur l'info, en tentant d'impliquer des experts, des personnes qui connaissent le terrain, ou des quidams.

L'INTERACTIVITÉ AVEC LE PUBLIC EST AU CŒUR DU DÉBAT DANS LES MÉDIAS, MAIS SOUS QUELLE FORME?



La modération en interne n'est plus gérable. Dessin Cécile Bertrand.

MODERATUS ET BOUCHE NON COUSUE

Douze sites, du *Soir*, de *La Libre*, de *L'Avenir*, de *Sudpresse*, de la *DH*, et leurs pages Facebook, sont constamment contrôlés. Le système Moderatus, de la société française Netino, y fait passer un algorithme qui traque automatiquement, 24h/24, les dérives illégales et les contenus inappropriés visés par une charte différente pour chaque média. Le but étant d'écarter les propos racistes et l'incitation à la haine, de préserver la vie privée, d'arrêter les spams électroniques, et d'améliorer la qualité des débats. En journée, entre 8 h et minuit, un tri plus fin est pratiqué par des modérateurs expérimentés, hors rédactions. Opérationnel depuis six mois environ, les résultats se font déjà sentir, constate Daniel Van

Wylick, le président de l'alliance des médias d'information LaPresse.be. Qui annonce d'ailleurs l'étendue de ce contrôle aux médias français du groupe Rossel (*La Voix du Nord*...). « Le contrat qui nous lie à Netino prévoit un traitement de 800.000 commentaires par mois. Actuellement, en Belgique francophone, nous en sommes à près de 550.000. » Pour des médias comme *La Libre* ou *Le Soir*, ce sont surtout les pages Facebook qui sont contrôlées. Par contre, *SudPresse* a plus d'activités sur ses sites d'info. « En volume de commentaires, *SudPresse* arrive en tête, devant *Le Soir*, *La DH*, *La Libre* puis *L'Avenir*, précise Daniel Van Wylick. Et le rejet de commentaires malveillants oscille entre un peu moins de 6% à plus de 11 %. »

Suite de la Une

Non à la haine, oui au dialogue, les intentions semblent claires. Mais on ne parle pas nécessairement de la même chose. Roularta dénonce les dérapages dans les commentaires des internautes et *Le Soir* rappelle la mission des journalistes d'alimenter le débat public. Le débat d'idées via les commentaires autorisés sous un article en ligne, ou via les réseaux sociaux, est plutôt illusoire. Les rédactions de la plupart des quotidiens francophones belges ont d'ailleurs externalisé la modération de leurs sites et réseaux sociaux, contrairement à ce que préconise le Conseil de déontologie journalistique.¹ Tous reconnaissent une radicalisation des propos exprimés, mais ils ne peuvent cadrer ces dérives en interne, faute de moyens, disent-ils. Et la modération décentralisée semble fonctionner (lire ci-dessous). Alors, pourquoi s'en priver? Une fois les débordements nocifs écartés, il

A première vue, cette modération a posteriori, est bien acceptée par les médias. Car c'était impossible à faire en interne, nous dit-on. Et ce service externe est professionnel et réactif, ajoutent certains. Chez *SudPresse* et à *L'Avenir*, des articles potentiellement sensibles sont encore surveillés de près par un modérateur interne.

Les rédactions concernées semblent constater une amélioration de la situation, non pas que les propos tenus deviennent moins haineux –au contraire d'ailleurs–, mais parce que ces dérives ne restent plus longtemps visibles sur les sites et les réseaux sociaux.

J.-P. B.

reste à construire une réelle interactivité entre le lecteur et son média. En presse régionale surtout, les commentaires laissés sous un article pourront, parfois, éclairer le journaliste sur un aspect non traité, peu connu, similaire ou contradictoire. De quoi susciter l'écriture d'un nouvel article plus complet. C'est une des manières de concevoir l'interactivité.

« LE JOURNALISME N'EST PLUS UNE TRANSMISSION VERTICALE »

Le contexte a changé, la parole s'est libérée, constatent toutes les rédactions. Il a donc fallu reprendre en main les commentaires des internautes pour éviter les dérives flagrantes.



Dorian de Meûs, rédacteur en chef de *Lalibre.be*, n'exclut pas de devoir à nouveau changer de logique. « Dans 6 mois, on pourrait être amené à devoir fermer les commentaires ». Cela dépendra notamment de l'évaluation de l'expérience Moderatus de Netino (lire ci-contre).

« Mais, ajoute-t-il, le web est le seul média qui permet une interactivité. Nous avons envie de la préserver. Car cela permet notamment d'alimenter les journalistes. » Philippe Laloux,



rédac'chef adjoint du *Soir*, chargé du numérique, développe aussi cet aspect : « J'ai un problème avec le journalisme s'il ne suscite pas de commentaires. Actuellement, les gens s'approprient l'info et il faut

l'accepter. L'interactivité peut améliorer l'info. » La question qui hante les rédactions, actuellement, est dès lors : comment susciter des réactions intéressantes ? Philippe Laloux estime que « le journaliste doit s'inscrire dans cette démarche-là. Le 11h02 du *Soir* (débat avec un invité qui répond aux questions des internautes) est un exemple de cette approche. L'idée est de nourrir le débat avec des expertises externes. L'info en continu, lors de gros

Dans certaines rédactions, on pense qu'il faut revoir plus profondément la façon de travailler, en suscitant l'interactivité avec des experts, des lecteurs avertis, des connaisseurs du terrain, pour construire ensemble, et quasiment en continu, l'information. Nous avons pris le pouls des différentes rédactions francophones du pays pour voir

événements, doit aussi jouer ce rôle : accueillir les interrogations, les infos, les contextualiser, les soumettre à ces experts... Et le journaliste y répond. Là, chacun est à sa place. »

Chaque type de média doit trouver son interactivité. Chez *Sudpresse*, par exemple, on préfère garder les commentaires sous les articles. « Nous accueillons beaucoup de commentaires intéressants, surtout pour



l'information régionale, signale Cédric Baufoy, chef d'édition internet de *Sudinfo.be*. Cela complète l'info des journalistes. » A la *DH*, ce n'est pas le commentaire qui joue ce rôle de complément d'info. « Ce qui fonctionne mieux, réplique



Laurent Depré, le rédacteur en chef de *DHnet.be*, c'est le bouton 'alertez-nous' qui permet à des internautes de nous alimenter en infos. On en reçoit une quinzaine par jours. »

PLACE AU MARKETING

Les réactions des lecteurs sont aussi analysées par les équipes marketing des rédactions. Pour scruter le sujet qui fait mouche, celui qui donne de la visibilité au média. « Avec ou sans commentaires, précise Joël Tricart, animateur des communautés chez *Sudpresse*, on regarde toujours le nombre de clics et de commentaires. Et nous mettons les deux en rapport.



comment se prépare le journalisme plus interactif de demain.

Jean-Pierre Borloo

[1] Recommandation « Les forums ouverts sur les sites des médias », 16 novembre 2011. « 2.5. La modération des forums et espaces de discussions est une activité journalistique qui doit être exercée au sein de la rédaction [...] »

Si les commentaires vont tous dans le même sens, mais qu'ils ne représentent que 2% des clics, nous en tiendrons moins compte que des commentaires qui couvrent 50 % des clics. »

« A *L'Echo*, ajoute Nicolas Becquet, manager des supports numériques, une réflexion est en cours sur le fait d'ouvrir moins d'articles aux commentaires et ainsi de permettre un vrai suivi des conversations. L'objectif est également de pouvoir, le cas échéant, engager une véritable conversation avec les internautes. Plus la rédaction est active et présente, meilleure est la qualité des commentaires. Mais c'est une stratégie gourmande en moyens et souvent difficilement applicable. »

A *Lavenir.net*, Olivier Deheneffe, responsable des journalistes web, ajoute qu'« il est primordial d'aller plus loin qu'une modération mécanique de masse. Il faut continuer à répondre directement aux internautes, montrer qu'on est à leur écoute, leur expliquer comment travaille le journaliste. »

C'est la vertu pédagogique de l'interaction. Le journalisme basé sur une transmission verticale du savoir a vécu. Il sera désormais plus collectif, plus interactif, plus connecté, notamment avec les services marketing des rédactions.

J.-P. B.

