

**SCHWEIZER PRESSERAT
CONSEIL SUISSE DE LA PRESSE
CONSIGLIO SVIZZERO DELLA STAMPA**

Sekretariat/Secrétariat:
Martin Künzi, Dr. iur., Fürsprecher
Postfach/Case 201
3800 Interlaken
Telefon/Téléphone: 033 823 12 62 / Fax: 033 823 11 18
E-Mail: info@presserat.ch / Website: <http://www.presserat.ch>

Commentaires anonymes en ligne

Prise de position du Conseil suisse de la presse 52/2011 du 23 novembre 2011

I. En fait

A. Pratique devenue courante, de plus en plus de médias accueillent de nouvelles formes de publications sur leur site Internet. Sont ainsi apparus les commentaires de lecteurs directement liés aux articles, les réactions lors de forums de discussion en ligne, les blogs de personnalités connues ou inconnues, qui génèrent leurs propres réactions. Ces nouvelles formes d'écriture sont hébergées par les médias en ligne et sont parfois reprises, sous forme résumée, par leur version papier. Par ailleurs, des blogs extérieurs au journal sont aussi accessibles par des liens figurant sur la page du média. Quelle que soit leur forme, ces écrits peuvent être signés soit du nom réel, soit d'un pseudonyme, soit encore rester totalement anonymes. Il s'agit d'un nouveau type de relations entre rédactions et public, marqué par l'immédiateté et l'anonymat que permet Internet.

B. L'expérience a montré jusqu'ici que l'anonymat pose dans certains cas des problèmes. Ecrire à visage caché peut favoriser des abus (insulte, calomnie, incitation à la haine, racisme), qui dépassent parfois la limite du licite. Même si ces commentaires sont le plus souvent repérés et retirés par la rédaction, se pose la question de savoir qui est responsable de leur parution sur les sites. Les commentaires en ligne sont-ils soumis aux mêmes règles que les lettres de lecteurs dans la presse imprimée ou doivent-ils être régis par des considérations spécifiques? La même question pourrait s'appliquer aux blogs.

C. Le Conseil suisse de la presse a déjà pris position concernant les écrits anonymes, mais dans le domaine des lettres de lecteurs (prises de position 53 et 55/2007). En septembre 2010, il a été saisi d'une plainte contre l'«Oltner Tagblatt», reprochant à celui-ci la publication de deux SMS anonymes qui insultaient l'auteur d'une réaction publiée la veille. A cette occasion, le Conseil de la presse a procédé à une révision de sa jurisprudence en matière de reproduction de lettres de lecteurs anonymes (prise de position 64/2010). En même temps, la question de l'anonymat des commentaires sur les sites des médias se posant de plus en plus souvent, la 1ère Chambre du Conseil a proposé à l'assemblée plénière de s'en autosaisir, en application de l'article 6, alinéa 2 de son règlement. Dans sa séance du 11 mai 2011, l'assemblée plénière du Conseil de la presse a chargé sa 2ème Chambre d'élaborer un avis.

D. Afin d'établir un état des lieux, la 2ème Chambre, composée de Nadia Braendle, Anne Seydoux, Michel Bühler, Dominique von Burg (président), Pascal Fleury, Charles Ridoré et Michel Zendali, a décidé, lors de sa séance du 20 mai 2011, d'envoyer un questionnaire à cinq rédactions romandes qui ont ouvert leur site aux commentaires de leurs visiteurs: «Le Matin», «Tribune de Genève», «Le Temps», «20 Minutes» et la Radio Télévision Suisse (RTS). Les questions portaient sur la publication des commentaires anonymes liés aux articles, mais aussi sur les blogs hébergés par les sites web des médias, ainsi que sur le contrôle des contenus.

E. En ce qui concerne l'identification des auteurs de commentaires ou de blogs, les rédactions sont presque unanimes. A l'exception du «Temps», les commentaires anonymes sont admis. Une inscription préalable sur le site est parfois demandée, simple adresse email (RTS) ou un nom et un prénom en plus («Le Matin»). Pour «Le Temps», le refus du commentaire anonyme est «une politique éditoriale de principe. Nous ne consentons à l'anonymat que pour protéger des sources». Les internautes doivent s'inscrire et se déclarer. Certaines rédactions («Le Temps», RTS) signalent qu'en cas de doute, elles vérifient les adresses. «20 Minutes» conserve la trace des interventions durant plusieurs semaines sur son serveur pour retrouver au besoin les ordinateurs à l'origine des commentaires.

Quant aux blogs, la «Tribune de Genève» affirme qu'elle «met tout en œuvre pour s'assurer de la vraie identité des blogueurs». Mais «les blogs anonymes ne sont pas systématiquement bannis». «Le Matin» défend l'anonymat, qui est parfois une «condition nécessaire» à la liberté d'expression. Mais, ajoute-t-il, «la rédaction doit connaître l'identité du blogueur et au besoin se réserver la possibilité de révéler son identité. C'est un gage de sécurité et de professionnalisme. Cela implique que le blogueur en soit parfaitement conscient (conditions générales d'utilisation claires).»

F. Le médiateur d'Edipresse, Daniel Cornu, a longuement décortiqué les deux pratiques concernant commentaires et blogs (marges.blog.tdg.ch). Selon lui, il faut soumettre les commentaires en ligne aux mêmes règles que les lettres de lecteurs, à savoir qu'ils soient signés ou au moins authentifiés, «à plus forte raison lorsqu'ils sont repris dans les pages rédactionnelles des éditions <papier>». Lui-même, dans son travail de médiateur, écarte tout écrit et toute question non valablement signés. Il ne fait pas de distinction entre anonymat et pseudonyme, ce dernier n'étant que «le masque plus ou moins élégant de l'anonymat».

G. A l'étranger, dans un article consacré à l'anonymat en ligne, le site du «New York Times» par exemple reconnaît que certains internautes donnent de fausses identités, mais «la vérification prendrait trop de temps et de travail, elle ne serait pas réaliste». Il ajoute que la plupart des médias demandent un nom et une adresse e-mail valables et cette exigence balaie la plus grande partie des commentaires agressifs.

Par ailleurs, suite à une détérioration constante de la qualité des commentaires, la «Badischezeitung.de» exige aujourd'hui que tout commentaire et blog soit signé du vrai nom de l'utilisateur. Après une importante baisse, le site allemand a retrouvé son ancien volume de contributions, mais d'un niveau nettement plus élevé (cf., Markus Hofmann, *Journalistische Glaubwürdigkeit durch Klarnamen bei der Kommentarfunktion*, Jahrbuch des Deutschen Presserats 2010, p. 11ss).

H. Le contrôle du contenu des commentaires est-il réaliste et souhaitable? Tous les médias interrogés par le Conseil de la presse reconnaissent la nécessité de vérifier le contenu des commentaires publiés en ligne. Toutefois, ceux qui opèrent une vérification a posteriori mettent en garde: «S'il devait être exigé des hébergeurs qu'ils vérifient systématiquement et a priori les commentaires publiés par les internautes, répond Tdg.ch, cela serait problématique pour des raisons économiques, car cela impliquerait pour l'hébergeur l'engagement de nombreux collaborateurs.» Une mesure que la «Tribune de Genève» juge «disproportionnée». «La modération avant publication est presque impossible à l'heure où le public s'attend à obtenir des infos en temps réel et veut que son intervention soit elle aussi publiée en temps réel (comme sur Facebook ou twitter)», répond la RTS. A l'exception de «20 Minutes» qui vérifie avant publication, la plupart des médias interrogés par le Conseil pratiquent un contrôle a posteriori. Ils effacent après coup les commentaires illicites ou problématiques, qu'ils aient été repérés par l'hébergeur, des utilisateurs ou une société externe de vérification des contenus.

I. Quant aux interventions sur les forums et blogs hébergés par les rédactions, elles sont soit modérées a posteriori («Le Matin», «La Tribune de Genève», RTS) soit validées avant parution. «20 Minutes» ne publie les interventions «qu'après lecture et validation manuelle d'un journaliste», quant au «Temps», il organise des forums dans lesquels toutes les contributions sont validées préalablement par la rédaction. Ces deux rédactions n'hébergent pas de blogs. Pour deux des trois rédactions qui en accueillent (RTS, «Le Matin»), les commentaires liés à ces blogs sont mis directement en ligne. La «Tribune de Genève», de son côté, a fermé les commentaires par défaut en 2010. Depuis, c'est l'auteur du blog qui valide les commentaires avant parution. Toutes les rédactions interrogées assurent vérifier «régulièrement» ou «systématiquement», voire «avec minutie» qu'il n'y ait pas de commentaires diffamatoires, racistes, etc. La «Tribune de Genève» et «Le Matin» (groupe Edipresse) ont confié la modération des forums et blogs à une société externe «qui agit selon une charte de modération des contenus validée par la rédaction». Les abus peuvent également être signalés par les utilisateurs.

J. Qui est responsable? Dans sa réponse au questionnaire, «Le Temps» ne laisse pas la place au doute: «la rédaction assume la responsabilité de l'ensemble des contenus et y compris les opinions publiées par des tiers». Même position à la RTS. Pour «Le Matin.ch», la «Tribune de Genève» et «20 Minutes» si les commentaires sont anonymes, «il nous paraît normal d'en assumer la responsabilité du contenu. En cas de commentaires signés (identité connue), la responsabilité incombe à l'auteur». Concernant les blogs, la «Tribune de Genève» part du principe que le blogueur «est seul responsable des propos tenus sur son blogs. (...) La «Tribune de Genève» est un hébergeur et elle ne devrait encourir de responsabilité qu'en cas d'illicéité manifeste du contenu. (...) Le blogueur doit être considéré comme l'éditeur». Même son de cloche du côté du «Matin», qui relève que «l'hébergeur de blogs ne doit pas être considéré comme responsable des contenus car une telle appréciation aurait des conséquences extrêmement lourdes pour les hébergeurs de blogs situés en Suisse et pourrait sonner le glas de l'hébergement de blogs notamment auprès des médias. Les rédactions qui hébergent des blogs estiment que la responsabilité de leur contenu, commentaires inclus, incombe aux blogueurs eux-mêmes. Pour «Le Matin», la «Tribune de Genève» et «20 Minutes», le blogueur doit ainsi être considéré comme l'éditeur, le journal n'étant que l'hébergeur.

K. Quatre des médias interrogés par le Conseil pensent que la tendance ne va pas vers davantage de transparence. Selon la «Tribune de Genève» et «Le Matin», c'est le succès même des forums de discussion qui est en jeu: il implique «une liberté d'expression dont parfois l'anonymat est la condition nécessaire. (...) Trop de contraintes (pas d'anonymat, contrôle a priori, etc.) risqueraient de dénaturer les forums de discussion et blogs». Ce n'est pas du tout le point de vue d'autres médias pour qui la tendance serait en train de s'inverser et d'aller vers plus de transparence. «The trend is away from anonymity» (Arianna Huffington, fondatrice de «The Huffington Post»), citée par le «New York Times». De son côté, «Le Temps» prévoit que les journaux populaires continueront d'accepter l'anonymat mais que les «journaux de référence» exigeront que tout commentaire et blog soit signé.

L. La 2ème Chambre a repris la question dans ses séances des 23 septembre et 3 novembre 2011, puis par voie de correspondance. Enfin, le présent avis a été approuvé par l'assemblée plénière du Conseil de la presse du 23 novembre 2011.

II. Considérants

1. La présente prise de position soulève d'abord le problème de la responsabilité. Est-ce que les rédactions sont responsables pour tous les contenus publiés sur le site web de leur média (considérant 2)? Puis, concernant les contributions du public assimilées à la «partie rédactionnelle» la prise de position met en discussion la question de l'anonymat (considérant 3). Finalement, le présent avis cherche à trouver une réponse à la question de savoir quand et dans quelle mesure les rédactions doivent contrôler les contributions publiées sous leur responsabilité (considérant 4).

2. a) Le champ d'activité du Conseil suisse de la presse englobe le journalisme en ligne, pour lequel les règles déontologiques habituelles s'appliquent, comme l'indique la prise de position 36/2000 (éthique journalistique sur Internet).

Le Conseil de la presse y définit ainsi le journalisme: «L'activité de personnes qui, d'un point de vue indépendant, rassemblent, choisissent et traitent des éléments, éventuellement aussi les précisent, les interprètent et les commentent. Cela pour les transmettre à travers un média périodique au public sous une forme compréhensible, à titre d'information ou de divertissement. Comptent comme journalisme en ligne les contenus qui ont été sélectionnés et traités selon des critères journalistiques professionnels, pour être transmis au public.» Sont concernés les sites web de médias classiques (journaux, périodiques, agences de presse, stations radio et TV, etc.) et les offres journalistiques en ligne spécifiques (magazines, journaux et agences en ligne). Ne sont pas considérés comme journalistiques, et n'entrent donc pas dans le champ de compétence du Conseil de la presse, les informations d'apparence journalistique répandues par des portails, des outils de recherche et les sites web d'entreprises et d'organisations diverses.

b) La question de la responsabilité juridique restreinte de fournisseurs d'accès ou d'hébergement, par rapport à celle des fournisseurs de contenus, est encore disputée dans la

jurisprudence. Toutefois il n'est en principe pas contesté que les entreprises de médias sont responsables de tous les contenus qu'elles publient sur leurs sites web. Comme la responsabilité de la rédaction se limite à la partie rédactionnelle dans l'univers off line (y compris la claire distinction d'avec la publicité), la même chose vaut pour les médias en ligne.

c) Ainsi le Conseil de la presse a déjà affirmé dans son avis 10/1998 que, même si la publicité politique concerne la rédaction et qu'il importe que la rédaction en chef soit entendue avant la publication d'annonces douteuses, la décision et la responsabilité de leur publication incombent en fin de compte à l'éditeur. Dans sa prise de position 8/1993, le Conseil de la presse a renoncé à se prononcer sur le refus de Tamedia d'adjoindre au «Tages-Anzeiger» un numéro controversé du magazine «Bonus 24». En effet, la rédaction ne pouvant exercer aucune influence sur le contenu d'une publication ajoutée au journal dans le cadre d'un mandat commercial, elle n'en portait aucunement la responsabilité. Il était donc question de déontologie d'éditeurs, plutôt que de journalistes.

d) Tout comme pour les médias classiques, il convient de vérifier pour les médias en ligne, de cas en cas, dans quelle mesure des contenus se rapprochent suffisamment de l'activité rédactionnelle, pour que la rédaction en soit tenue responsable. Pour le Conseil de la presse, un tel rapport existe d'évidence en ce qui concerne les commentaires en ligne et les forums qui ont directement trait aux publications de la rédaction. Ce rapport n'existe en revanche pas pour des annonces, des contributions promotionnelles ni pour des pages de service pur. Pour ces contenus, il faut exiger que leur caractère commercial soit clairement indiqué (chiffre 10 de la «Déclaration» – séparation entre la partie rédactionnelle et la publicité). Pour ce qui est du contenu de blogs hébergés sur les sites d'entreprises médiatiques, il convient plutôt de nier une responsabilité de la rédaction, pour autant qu'il n'existe pas de rapport direct, de personne ou de contenu, avec l'activité éditoriale de la rédaction. Mais là aussi, le public doit être clairement averti que ces contenus n'ont rien à voir avec la partie rédactionnelle et que la rédaction n'en porte donc pas la responsabilité.

3. a) Le chiffre 5.2 des Directives relatives à la «Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste» précise que «les lettres de lecteurs doivent être signées par leurs auteurs. Elles ne peuvent être publiées sous forme anonyme que par exception dûment justifiée».

b) Est-ce que les règles pour les lettres de lecteurs traditionnelles valent aussi pour les commentaires en ligne et les commentaires dans des blogs et des forums administrés par la rédaction d'un média? Pour le Conseil de la presse, la question des commentaires de lecteurs anonymes se pose de la même manière, qu'il s'agisse de textes imprimés ou en ligne. D'un point de vue déontologique, le contenu et le contexte d'une information sont déterminants. Le moyen par lequel la contribution d'un lecteur est publiée n'est en revanche pas décisif. C'est pourquoi le Conseil de la presse s'en tient au principe de l'égalité de traitement entre les diverses formes des réactions de lecteurs (prise de position 64/2010).

c) La règle est donc l'identification des auteurs de commentaires en ligne, qu'il s'agisse de forums rédactionnels ou de réactions à des articles. La signature est toujours souhaitable par respect pour le public qui est en droit de connaître la source d'une contribution. De plus, le Conseil souligne qu'un débat est davantage porteur de sens lorsque ses participants sont

identifiés. Enfin, la signature encourage le respect et améliore la qualité du commentaire: on n'écrit pas n'importe quoi, n'importe comment lorsqu'on est identifié. Comme le constate le Conseil, l'exigence de l'identification évite souvent les dérives liées à l'anonymat.

d) Y a-t-il toutefois des cas où l'anonymat et le pseudonyme peuvent être admis dans les commentaires? Par analogie avec la directive 5.2, le Conseil admet des exceptions concernant la protection de la vie privée ou des sources. Il y a donc des cas – rares – où la non-identification des auteurs de commentaires est légitime. Il faut alors, condition sine qua non, que la rédaction connaisse l'identité de leur auteur.

Il convient aussi de respecter le principe de proportionnalité, à estimer de cas en cas, comme l'a rappelé la prise de position 64/2010.

En vertu du même principe, il est disproportionné d'insister sur l'identification dans les forums de discussion dont le fonctionnement même (immédiateté, recherche de la spontanéité du public) rend cette exigence impossible. Dans ces cas toutefois, il convient de s'assurer par une modération a priori qu'on n'abuse pas de l'anonymat pour émettre des commentaires diffamatoires ou discriminatoires.

4. a) Quant au contrôle du contenu des commentaires en ligne et des forums de discussion en général, la directive 5.2 s'applique à nouveau par analogie. Si la bonne règle veut que «les rédacteurs chargés des lettres de lecteurs ne doivent intervenir que si celles-ci contiennent des violations manifestes de la «Déclaration»», elle vaut de même manière pour les commentaires en ligne.

b) En revanche, du point de vue déontologique, le système de contrôle a posteriori des contributions est problématique. Car même si la rédaction intervient après coup pour corriger un dérapage, elle porte la responsabilité d'une publication même temporaire, s'il s'agit d'une violation manifeste de la «Déclaration»,

III. Conclusions

1. Les entreprises de médias sont responsables de tous les contenus qu'elles publient sur leurs sites web. En revanche, la responsabilité des rédactions de médias en ligne se limite à la partie rédactionnelle incluant les commentaires des lecteurs qui s'y rapportent et les contributions aux forums qui ont une relation avec le rédactionnel.

2. Dans la règle, les commentaires en lignes, qu'il s'agisse de forums rédactionnels ou de réactions à des articles, doivent être signés.

3. Dans des cas rares où l'auteur d'un commentaire a des raisons légitimes de craindre pour sa vie privée, son intégrité et celle de ses sources, le pseudonyme est admissible pour autant que la rédaction connaisse son identité réelle.

4. En vertu du principe de proportionnalité, il serait exagéré d'exiger l'identification dans les forums de discussion, étant donné que leur fonctionnement même (immédiateté, recherche de

la spontanéité du public) rend une telle exigence irréaliste. Mais dans ce cas, une modération a priori doit assurer que l'on n'abuse pas de l'anonymat pour émettre des commentaires diffamatoires ou discriminatoires.

5. Comme pour les lettres de lecteurs traditionnelles, les rédactions ne doivent intervenir sur le contenu des commentaires en ligne que s'ils violent la «Déclaration» de manière manifeste.

6. Le système du contrôle a posteriori des commentaires en ligne n'est guère compatible avec la déontologie des journalistes. Même si la rédaction corrige un dérapage après coup, cela ne change rien au fait qu'elle porte la responsabilité d'une violation temporaire de la «Déclaration».