

Strasbourg, le 13 mai 2003

T-TT (2003) 2

CONVENTION EUROPEENNE SUR LA TELEVISION TRANSFRONTIERE

COMITE PERMANENT SUR LA TELEVISION TRANSFRONTIERE

(T-TT)

Rapport final du Dr Andreas Grünwald

Introduction

Ce document contient la version finale du rapport préparé par le Dr Andreas Grünwald¹ sur les options possibles pour le réexamen de la Convention européenne sur la Télévision Transfrontière (CETT). Ce rapport ne représente que le point de vue de son auteur et non pas celui du Comité permanent sur la Télévision Transfrontière.

¹ Dr Andreas Grünwald, Hogan & Hartson Raue LLP, Berlin.

Table des matières

A.	INTRODUCTION	3
B.	CONTEXTE	4
I.	Présentation	4
II.	Raisons justifiant traditionnellement la réglementation de la télévision.....	4
III.	Situation du marché.....	5
IV.	Conclusions	9
V.	Résumé	10
C.	APPROCHE.....	10
I.	Vue d'ensemble	10
II.	Options en matière de réglementation.....	11
III.	Conclusions	11
IV.	Résumé	12
D.	CHAMP D'APPLICATION.....	12
I.	Présentation	12
II.	Critères généraux.....	13
III.	Catégories de services	13
IV.	Résumé	18
E.	DISPOSITIONS.....	18
I.	Présentation	18
II.	Objectifs d'intérêt général	19
III.	Domaines de réglementation	19
IV.	Conclusions	24
V.	Résumé	25
F.	MISE EN ŒUVRE	25
I.	Aperçu général	25
II.	Définition des catégories de services	26
III.	Architecture	27
	ANNEXE : "Feuille de route"	28

A. INTRODUCTION

Le Comité permanent sur la Télévision Transfrontière doit se servir de la présente étude lors des consultations en vue de la révision de la Convention européenne sur la Télévision Transfrontière (CETT) de 1989. Cette révision viserait à refléter l'évolution technologique et économique du marché de la télédiffusion, caractérisé par la convergence des infrastructures et des services de médias.

Dans sa version actuelle, la CETT n'est applicable qu'aux «services de programmes (de télévision)» et exclut explicitement les «services de communication opérant sur appel individuel». On peut estimer que cette approche est trop étroite et ne répond pas aux réalités de l'ère numérique. Dans ce contexte, l'étude vise à soutenir le processus de révision potentielle en se focalisant sur trois grandes questions:

- (1) quelles sont les options fondamentales à prendre en compte pour une révision de la CETT après avoir réfléchi au rôle de sa version actuelle dans l'environnement médiatique d'aujourd'hui?
- (2) à supposer que la portée de la CETT existante soit élargie, comment le faire pour y inclure d'autres services que ceux présentement couverts par la convention, notamment les services vidéo sur appel individuel et les services de diffusion sur le web?
- (3) dans la perspective d'un tel élargissement du cadre futur, sur quelles options réglementaires devra reposer son «architecture»?

Pour répondre à ces questions, l'étude a été divisée en cinq parties.

Tout d'abord, une section générale examine la raison d'être d'une réglementation spécifique du secteur de la télévision comme celle que contient la CETT actuelle. Il s'agit de prendre la mesure de ce type de réglementation et d'évaluer son rôle dans le paysage médiatique que caractérisent la numérisation et la convergence des réseaux et services. En second lieu, nous procéderons à l'évaluation des options générales relatives au traitement d'un environnement médiatique mouvant, d'un point de vue législatif et réglementaire. Trois manières d'aborder cette tâche sont proposées. En troisième lieu, un certain nombre de suggestions sont formulées sur la portée d'un cadre futur. Elles partent de l'hypothèse que la révision de la CETT pour y introduire une deuxième catégorie de services, outre les services de diffusion conventionnelle, serait l'une des options générales à retenir face à un environnement médiatique en évolution. Une distinction est par conséquent établie entre les deux catégories de services précitées et la discussion porte plus précisément sur les moyens de séparer ces catégories. La quatrième partie examine de plus près d'éventuelles dispositions de fond de la future convention, pour déterminer: (a) si de telles dispositions sont (encore) nécessaires; (b) comment les appliquer et à quels services relevant d'un futur cadre réglementaire. Enfin, une cinquième partie est consacrée aux problèmes de mise en œuvre découlant des propositions en matière de réglementation formulées précédemment. Toutefois, ces propositions doivent d'abord faire l'objet d'un processus de décision politique, auquel la présente étude ne peut contribuer que sous la forme de l'avis personnel d'un expert consultant. Au lieu de propositions de définitions détaillées, la section relative à la mise en œuvre se limitera par conséquent à certaines des questions à résoudre en la matière et proposera en quelque sorte une «feuille de route» pour l'application des suggestions présentées dans les chapitres précédents.

B. CONTEXTE

I. Présentation

Comme toute réglementation, la réglementation des médias a des incidences sur la liberté économique des acteurs présents sur le marché. Dans une économie basée sur la liberté du marché, une certaine retenue s'impose généralement en ce domaine, chaque disposition réglementaire devant être clairement justifiée par des raisons spécifiques d'une importance supérieure à la liberté économique des acteurs du marché. Dans le cas de la réglementation de la télévision que représente la Convention européenne sur la Télévision Transfrontière, ces raisons tiennent à l'influence particulière de la télévision sur la libre formation des opinions. On considère que la télévision, sous sa forme classique, exerce une influence particulière sur la formation des opinions en raison de certaines caractéristiques spécifiques qui la distinguent d'autres médias. L'évocation de ces caractéristiques doit servir de point de départ à la discussion sur l'élargissement de la portée d'un futur cadre. On peut en effet se demander dans quelle mesure ces caractéristiques restent pertinentes dans le contexte du marché des médias d'aujourd'hui, compte tenu tout particulièrement de facteurs tels que la numérisation et la convergence.

II. Raisons justifiant traditionnellement la réglementation de la télévision

Le régime actuel de réglementation de la télévision institué par la Convention sur la Télévision Transfrontière repose sur l'idée selon laquelle la télévision exerce **une influence particulière sur la formation des opinions**. On considère qu'il en est ainsi non seulement en comparaison avec d'autres biens économiques mais surtout en comparaison avec d'autres médias comme la presse écrite, où la mise en place d'une réglementation des contenus spécifique à ce secteur n'est pas toujours perçue comme nécessaire. La question se pose donc de savoir pourquoi exactement la télévision se trouve dans cette position particulière. Les trois caractéristiques les plus souvent mentionnées pour décrire son influence potentielle sur la formation des opinions sont les suivantes :

- Les transmissions télévisuelles ont un **effet de dissémination** qui est à la base du rôle de la télévision en tant que mass média. Les programmes de télévision de service public, ainsi que ceux de la télévision privée, s'adressent à et sont reçus par un nombre indéfini de téléspectateurs. Il existe un effet de multiplication des contenus télévisuels, qui peuvent atteindre de manière simultanée littéralement des millions de spectateurs, auquel ne peut prétendre aucun autre média traditionnel.
- Deuxièmement, le **pouvoir particulier de suggestion** de la télévision explique son importance dans la formation des opinions. Ce pouvoir repose sur deux facteurs : l'effet particulier des images animées accompagnées de son sur la perception des spectateurs et la fixité de la programmation télévisuelle. Les signaux télévisuels exercent apparemment sur les spectateurs un effet plus intense et un effet d'authenticité plus important que les sources d'information orales ou écrites, ce qui fait que les spectateurs leur accordent plus facilement crédit. Ceci s'observe particulièrement dans le cas des enfants et des adolescents qui, en général, sont plus facilement influencés par une information reçue par l'intermédiaire de signaux télévisuels pour la simple raison qu'ils

l'ont vue « de leurs propres yeux ». Le caractère fixe de la programmation renforce le pouvoir de suggestion de la télédiffusion car le choix de quoi voir et à quel moment est laissé entièrement au diffuseur. Le rôle des téléspectateurs se limite à la consommation passive d'informations, sans possibilités d'interaction avec le diffuseur. Bref, le pouvoir de suggestion de la télévision repose sur le caractère d'intrusion et de persuasion de la programmation permanente et délibérée d'images animées et de sons ².

- Troisièmement, on considère que la télévision a des effets particuliers sur la formation des opinions en raison du **caractère instantané** de la diffusion des contenus. Les émissions en direct donnent en particulier l'impression aux téléspectateurs de participer directement à ce qui se passe sur l'écran.

De manière aussi explicite que nous l'indiquons ci-dessus, ces caractéristiques de la diffusion télévisuelle de type classique sont mentionnées par la Cour constitutionnelle fédérale allemande pour justifier, par exemple, l'introduction d'une réglementation spécifique dans le secteur audiovisuel ³. Bien entendu, d'autres paramètres serviront à décrire l'impact particulier des services de télévision sur la formation de l'opinion. Toutefois, la position de la Cour constitutionnelle fédérale en la matière se fonde sur des recherches sociologiques importantes. La combinaison de critères que représentent l'effet de dissémination de la télévision, son pouvoir de suggestion et son caractère instantané n'est donc pas remise en question dans le contexte de la présente étude. On s'y efforce, au contraire, de l'appliquer à l'environnement médiatique actuel, dans lequel la télévision est entourée de beaucoup d'autres médias électroniques susceptibles d'avoir, eux aussi, des effets sur la formation de l'opinion.

III. Situation du marché

Pour évaluer les effets des médias sur la formation des opinions, la télévision classique doit, encore une fois, servir de point de départ. On peut se demander en particulier si, dans le contexte de la numérisation et de la convergence, l'effet de dissémination, le pouvoir de suggestion et le caractère instantané de la télévision subsistent d'une manière justifiant en général la mise en place d'une réglementation spécifique. Cette question peut aussi, dans un deuxième temps, être posée à propos d'un certain nombre des nouveaux services de médias. Il s'agit d'évaluer dans quelle mesure ces services doivent aussi être considérés comme ayant une influence sur la formation des opinions du fait de *leurs caractéristiques propres* en matière de dissémination, de pouvoir de suggestion et d'instantanéité.

1. Rôle de la numérisation

Les technologies numériques sont les technologies clés de la société moderne des médias et le moteur de son développement. Sans le processus de numérisation, les trois développements suivants ne seraient pas possibles :

² Voir Andreas von Bonin, The «Sondersituation of Broadcasting in German and American Law», (La situation particulière de la radiodiffusion en droit allemand et dans le droit des Etats-Unis), <http://www.a-von-bonin.de/tcpaper.htm>.

³ Voir, entre autres, BVerfGE 90, 60, 87 (1994), récemment cité par Friedrich Kübler, *Legitimationsfragen der Medienregulierung* (questions de légitimisation de la réglementation concernant les médias), Archiv für Presserecht (AfP) 2002, 277 281, et par Wolfgang Schulz & Thorsten Held, *Prospects of Guaranteeing Free Public Communication (Perspectives de garantie d'une communication publique libre)*, The Journal of Information, Law and Technology (JILT), 2002 (2), <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/02-2/schulz.html>.

- l'accroissement des capacités de transmission ;
- la convergence des réseaux de transmission ;
- la convergence des appareils pour usagers.

De grands espoirs sont associés à ces développements sur le marché des médias. Depuis le milieu des années 90, on prévoit rien moins qu'un bouleversement complet de la structure actuelle du marché des médias sous les effets combinés des processus de numérisation et de convergence ⁴. Et, ce qui n'est pas le moins important, ces attentes ont en grande partie contribué à susciter une véritable frénésie pour la nouvelle économie qui, depuis, s'est brutalement interrompue.

Toutefois, même en relativisant la situation actuelle du marché, force est de constater que nombre de ces attentes n'ont encore qu'à peine commencé à se concrétiser. Il existe bien entendu certains segments de marché dans lesquels des progrès importants ont été réalisés sur la voie de l'« ère numérique » et où sont déjà proposés des produits et des services nouveaux. Par exemple, des infrastructures Internet à large bande comme les réseaux de lignes numériques à paire permettent des services vidéo numériques de vidéo à la demande et des services de diffusion sur le web de bonne qualité. Toutefois, selon une enquête de l'OCDE en date de septembre 2002, le taux de pénétration paneuropéen de ces réseaux n'excède toujours pas 5 % du nombre total d'habitants ⁵. Il devrait néanmoins, selon les prévisions, se développer assez rapidement ⁶. D'autre part, si une telle infrastructure numérique à large bande devient en fin de compte généralement disponible, cette évolution représentera un pas en avant notable du point de vue de la convergence, puisqu'elle ouvrira de nouvelles infrastructures à des contenus qui ne pouvaient auparavant être diffusés sans passer par les réseaux hertziens, câblés ou satellitaires, et apportera ainsi des voies de distribution supplémentaires à de nouveaux services médiatiques. ⁷

L'apparence de la télévision de type classique, d'autre part, a encore assez peu changé. Bien qu'il soit possible, d'un point de vue technologique, d'accéder à l'Internet ou de gérer son courrier électronique par l'intermédiaire d'un poste de télévision relié à un réseau câblé, ceci n'en demeure pas moins une option inaccessible à la plupart des consommateurs. La raison principale en est que les réseaux de télévision à émetteur terrestre et de télévision par câble notamment attendent encore un peu partout leur complète numérisation ⁸. Les entreprises de câblodiffusion se débattent actuellement avec le coût de la modernisation des réseaux et le lancement de réseaux terrestres numériques reste soumis à une incertitude quant à l'intérêt réel des consommateurs pour ce type de services. Ceci est encore plus vrai dans le cas des réseaux de téléphonie mobile de troisième génération, certains détenteurs de licences s'étant

⁴ Il suffit de se référer aux tendances du marché dont fait état le livre vert de la CE sur la convergence, COM (97) 623.

⁵ Source: <http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-13-nodirectorate-no-1-39262-13,00.html>

⁶ D'après une étude de Frost & Sullivan, en date de mars 2002, le marché européen de la diffusion à large bande passera de 3,8 millions de foyers en 2002 à 28,1 millions en 2008 (source: <http://news.zdnet.de/>).

⁷ Le succès de *Vodafone live!*, service GSM qui fournit des contenus multimédias, peut également être cité en exemple à cet égard. Selon un communiqué de presse du 26 mars 2003, Vodafone compte déjà plus d'un million d'utilisateurs de ces services (plus de 375 000 en Allemagne, 190 000 en Italie et 220 000 au Royaume-Uni), communiqué de presse disponible à l'adresse: <http://www.vodafone.com/>.

⁸ En revanche, plus de 99 pour cent des foyers européens bénéficiant de la diffusion par satellite sont déjà passés au numérique, selon une évaluation à laquelle Screendigest a procédé au début de 2003 (<http://www.ecin.de/news/2003/03/18/05490/>).

énormément endettés lors de l'adjudication des fréquences alors que rien ne permet encore de distinguer clairement l'existence d'un véritable marché de consommation pour ces services.⁹

2. Rôle de la télévision

La télévision, sous sa forme classique de service de radiodiffusion atteignant un grand nombre d'individus qui consomment ses programmes de manière passive, n'a pas encore été affectée de manière significative par la numérisation et la convergence. Transmise essentiellement sous format analogue, elle demeure le média numéro un caractérisé par son effet de dissémination, son pouvoir de suggestion et son instantanéité. On a pu observer le rôle particulier de la télévision radiodiffusée sur la formation de l'opinion publique en général le 11 septembre 2001 ou à l'occasion des importants débats éthiques suscités par les programmes de réalité virtuelle dans toutes les sociétés où ces programmes ont été diffusés. La télévision, bien entendu, a sans doute perdu de son effet de dissémination avec le développement des capacités de transmission par câble et par satellite et cette évolution va certainement s'accélérer une fois achevée l'extension des réseaux numériques. Toutefois, les centaines de services multi-chaînes, de services à la carte ou de services opérant sur appel individuel n'ont manifestement pas encore réussi à supplanter la télévision radiodiffusée en tant que média déterminant pour la formation des opinions et il est peu probable qu'il en soit ainsi dans un avenir proche.

Cette constatation est confirmée par une étude récente sur le statut actuel et le développement futur des services audiovisuels réalisée par *Andersen* à l'intention de la Commission européenne¹⁰. Cette étude montre que, dans chacun des pays considérés, les quatre chaînes principales de télévision captent toujours plus de 70% du public, malgré la numérisation et l'accroissement de l'intérêt pour les chaînes thématiques et pour les services multimédias. Au sujet de l'évolution à venir jusqu'en 2010, cependant, l'étude envisage effectivement un changement de paradigme au profit des services de télévision multi-chaînes, l'intérêt pour des programmes spécifiques remplaçant la fidélité à une chaîne. Dans ce scénario, les consommateurs feraient un usage étendu des nouveaux services interactifs et consacraient plus de temps à une grande variété de nouveaux services que celui qu'ils passent actuellement à regarder des programmes de type classique. Le rôle actuel de la télévision de type classique serait donc en général peu assuré pour l'avenir. Une telle évolution, cependant, n'est envisagée qu'en relation avec un contexte économique favorable. Autrement, il semble probable à *Andersen* que les consommateurs conserveront leurs habitudes actuelles au lieu de dépenser plus pour recevoir des programmes interactifs de télévision par abonnement.

3. Rôle des nouveaux services

Toutefois, dans ce contexte caractérisé par le maintien relativement inchangé de l'influence de la télévision sur la formation des opinions, les nouveaux services de médias ont acquis une certaine importance à cet égard. Un grand nombre de ces services présentent au moins à un certain degré l'effet de dissémination, le pouvoir de suggestion et le caractère instantané qui

⁹ Au sujet du développement des réseaux 3G, il existe sur le marché d'innombrables études qui contiennent toutes sortes de pronostics. Il est donc pratiquement impossible de déterminer le potentiel «réel» de cette nouvelle technologie.

¹⁰ Andersen, *Outlook of the Development of Technologies and Markets for the European Audiovisual Sector up to 2010* (Perspectives de développement des technologies et des marchés dans le secteur européen de l'audiovisuel jusqu'en 2010), juin 2002, disponible à l'adresse:
http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/stat_en.htm.

sont à l'origine de l'influence spécifique d'un service de télévision sur la formation des opinions. Parmi l'ensemble des nouveaux services qui existent déjà ou qui peuvent être envisagés dans un avenir proche, quelques-uns sont examinés ici plus en détail à des fins d'illustration.

a) *Services de diffusion sur le web*

Les nouveaux services qui se rapprochent le plus de la télévision radiodiffusée classique sont sans doute les services de diffusion sur le web. Dans le cas de ces services, de même qu'avec la télévision radiodiffusée, le spectateur regarde une programmation continue fixe définie au préalable par le diffuseur. L'utilisateur ne peut influencer sur les éléments du contenu et sur le moment de leur présentation et la diffusion d'informations peut être aussi instantanée qu'avec la télévision radiodiffusée, y compris sous la forme d'émissions diffusées en direct sur le web. Du point de vue du fournisseur, la seule différence entre la télévision radiodiffusée et les émissions diffusées sur le web est que la transmission de ces dernières se fait par l'intermédiaire de l'Internet au lieu d'un réseau à émetteur terrestre, d'un réseau câblé ou d'un réseau satellitaire. Toutefois, la diffusion au moyen de l'Internet exerce une double influence sur les services fournis de cette manière. En premier lieu, l'effet de diffusion n'est pas le même qu'avec la télévision de type classique: alors que la quasi-totalité des foyers européens reçoivent la télévision par voie hertzienne, par câble ou par satellite (en mode analogique), le taux de pénétration paneuropéen sur l'Internet reste très inférieur à ces chiffres ¹¹. En second lieu, c'est seulement lorsqu'ils sont distribués via une connexion Internet à large bande que les services de diffusion sur le web ont un pouvoir de suggestion comparable à celui de la télévision de type classique. Tant que la plupart des utilisateurs de l'Internet dépendront de connexions par données d'appel à bande étroite, la qualité visuelle et sonore des services sur le web ne sera pas suffisante pour leur donner un pouvoir d'intrusion et de persuasion aussi fort que celui de la télévision de type classique. Cependant, ces inconvénients pourraient être corrigés à moyen terme, selon le développement des infrastructures pertinentes.

b) *Vidéo à la demande*

Les services de vidéo à la demande et les autres services audiovisuels s'adressant à des groupes définis d'utilisateurs se distinguent en revanche très nettement de la télévision radiodiffusée du point de vue de leur influence sur la formation des opinions. Ces deux types de services ne s'adressent pas à la totalité du public et ne présentent pas, par conséquent, l'effet de dissémination caractéristique d'un média de masse. Leur réception est limitée aux individus payant un droit d'utilisation spécial (services vidéo opérant sur appel individuel) ou appartenant à un groupe particulier d'utilisateurs définis par le fournisseur de services (*business TV*, par exemple). Techniquement, ces services peuvent même servir à une communication de point à point, ce qui les distingue des médias à accès libre point à multipoint. S'agissant de l'effet de dissémination, les services de vidéo à la demande devraient exercer sur la formation des opinions une influence moindre que la télévision radiodiffusée. Ceci est également vrai du point de vue de leur pouvoir de suggestion et de leur caractère instantané. De par sa nature même, un service opérant sur appel individuel propose des contenus pré-produits, stockés de manière électronique. Ces services n'utilisent aucune forme de diffusion en direct et ne présentent donc pas un véritable caractère instantané. En outre, bien qu'ils se servent d'images animées et de sons, ces services ne fonctionnent pas sur la base d'une programmation fixe. L'utilisateur ne consomme pas de manière passive la programmation qui lui

¹¹ Pour l'analyse en continu du taux de pénétration mondial de l'Internet, voir <http://www.gloreach.com/globstats/>.

est proposée à tel ou tel moment en raison des choix du fournisseur de services mais décide lui-même ce qu'il veut voir et à quel moment. Il n'est donc pas aussi « enchaîné » à ce type de services que cela est généralement le cas avec la télévision classique. Compte tenu de ces diverses limitations, il semble raisonnable d'affirmer que les services de vidéo à la demande, bien que non entièrement dépourvus d'influence sur la formation des opinions, sont difficilement comparables de ce point de vue à la télévision radiodiffusée.

c) Services à base de texte

Il existe aussi une autre catégorie de services se caractérisant principalement par l'utilisation d'informations à base de texte plutôt que d'un contenu audiovisuel d'images animées et de sons. Ceci est actuellement le cas pour la plupart des services proposés sur le web ainsi que pour d'autres services de communication de données. Du fait de leur caractère instantané, ces services peuvent, bien entendu, être considérés comme aussi importants pour la formation des opinions que tout autre média diffusant en direct. Ceci, en général, est également vrai du point de vue de leur effet de dissémination, sauf dans les cas où un service particulier est proposé uniquement à un groupe défini d'utilisateurs. Toutefois, le pouvoir de suggestion de ce type de services est très limité. En tant que sources d'informations écrites, ils ne présentent pas le caractère d'intrusion et de persuasion propre aux services offrant des contenus audiovisuels. Ils ne reposent pas, en outre, sur une programmation fixe. Dans ces conditions, on peut affirmer que leur pouvoir de suggestion est bien plus proche de celui de la presse écrite que de celui de la télévision radiodiffusée. C'est pourquoi il est sans doute indiqué de limiter la réglementation spécifique à ce secteur aux seuls services audiovisuels, en laissant entièrement de côté les services électroniques à base de texte. D'un autre côté, le contenu éditorial de ces services, ainsi que leur caractère instantané et leur effet de dissémination, exercent pour le moins certains effets sur la formation des opinions, tout au moins dans la mesure où ils ne proposent pas uniquement des données brutes comme le font les télégraphes boursiers.

IV. Conclusions

Le processus de numérisation et la convergence jouent certainement un rôle important dans le contexte des médias d'aujourd'hui. A long terme, ils pourraient bien conduire à un bouleversement complet de la structure du marché et même à une remise en cause du rôle actuel de la télévision radiodiffusée classique. Mais à l'heure actuelle, ce changement radical ne semble pas encore s'être produit et il n'est pas possible de prédire sa réalisation dans un avenir proche. Ce que l'on observe en fait est que les développements technologiques dans le secteur des médias n'ont pas *remplacé* la télévision classique mais qu'un certain nombre de services nouveaux s'y sont *ajoutés*. On distingue en particulier les tendances suivantes :

- La télévision de type classique «telle que nous la connaissons» existe toujours. Son influence sur la formation de l'opinion n'a guère été affectée par l'émergence des nouveaux services de médias. Toutefois, les caractéristiques liées à l'effet de dissémination, au pouvoir de suggestion et à l'instantanéité ne sont plus seulement celles de la télévision par voie hertzienne, par câble ou satellite, mais pourraient s'appliquer également aux services de diffusion sur le web, à condition que le grand public en bénéficie via des réseaux à large bande.
- Certains services nouveaux, en particulier les services vidéo opérant sur appel individuel et les services électroniques à base de texte, présentent eux aussi certaines

(mais non toutes) des caractéristiques traditionnellement utilisées pour décrire les effets particuliers de la télévision sur la formation des opinions.

- Certains autres services nouveaux, cependant, ne répondent pas à ces critères car ils consistent uniquement en la transmission de données brutes.

Les considérations formulées dans la suite de cette étude partiront de ces constatations.

V. Résumé

Exemple	Effet de dissémination	Pouvoir de suggestion	Caractère instantané	Intérêt d'une réglementation sectorielle spécifique ?
TV radiodiffusée	Oui	Oui	Oui	Oui
Services de diffusion sur le web	Parfois	Parfois	Oui	Parfois
Services vidéo opérant sur appel individuel	Parfois	Parfois	Parfois	Parfois
Sites web	Oui		Oui	Parfois
Services de télégraphie électronique	Oui		Oui	Non

C. APPROCHE

I. Vue d'ensemble

On s'est efforcé ci-dessus d'évaluer la télévision de type classique et des exemples sélectionnés de nouveaux services médiatiques selon les paramètres de leur effet de dissémination, de leur pouvoir de suggestion et de leur instantanéité, communément employés pour décrire l'impact potentiel de la télévision sur la formation de l'opinion et pour justifier une réglementation par secteur. Cette évaluation a abouti notamment à la conclusion que, dans la situation présente du marché, la télévision de type classique continuait à jouer un rôle particulier de média principal. Toutefois, avec le développement d'infrastructures numériques à large bande telles que les réseaux DSL et 3G, d'autres services comme la vidéo-conférence et la vidéo à la demande pourraient rattraper leur retard à cet égard. Dans ce contexte de types de services différents et d'importance variable pour les processus de formation des opinions, trois suggestions sont formulées ci-après sur l'approche générale de la réglementation à envisager lors du débat sur une révision de la CETT.

II. Options en matière de réglementation

1. Maintien du cadre déjà établi

De toute évidence, la télévision de type classique existe toujours. Ses caractéristiques principales ont survécu, jusqu'ici, à la numérisation et à l'évolution vers la convergence des services et infrastructures médiatiques. Bien entendu, la manière dont elle se présente a également fait l'objet d'un certain nombre de changements au cours des années. Toutefois, rien ne permet de penser qu'elle disparaîtra totalement de l'environnement médiatique dans un avenir prévisible. En revanche, une évaluation de l'impact que peuvent avoir sur la formation de l'opinion les nouveaux modes de transmission de contenus montrent que ces services se révèlent inférieurs, d'une manière ou d'une autre, à la télévision de type classique – du moins dans l'état actuel du marché.

Par conséquent, on pourrait plaider en faveur du maintien d'ensemble du cadre réglementaire existant pour les médias audiovisuels au niveau du Conseil de l'Europe: la CETT reste en place, elle régit les services de télévision au sens présent et des dispositions réglementaires spécifiques continuent à faire défaut pour toutes les autres formes de transmission audiovisuelles de contenus. Il va de soi que des changements de fond pourraient néanmoins être apportés à la CETT en respectant sa portée et sa structure actuelles.

2. Introduction d'une deuxième catégorie de services dans une future CETT

Cependant, il apparaît que certains des nouveaux services médiatiques, sans peut-être avoir autant d'influence potentielle sur la formation de l'opinion que la télévision de type classique, ont néanmoins une certaine pertinence de ce point de vue. De surcroît, même s'il est difficile de prévoir quel sera le développement de ces services, ils joueront, selon toute probabilité, un rôle croissant au cours des prochaines années. Cette perspective pourrait inciter à garder le concept de la CETT, mais à en élargir la portée au-delà des services de télévision classiques. Il y aurait lieu alors, pour refléter les différents degrés d'impact sur la formation de l'opinion, de la diffusion classique, d'une part, et des nouveaux types de services, de l'autre, d'introduire dans la convention une deuxième catégorie de services. Chacune des catégories ferait alors l'objet du niveau de réglementation approprié.

3. Etablissement d'une convention multimédia distincte

Une troisième approche réglementaire globale consisterait à maintenir tel quel, dans l'ensemble, le cadre de la CETT, mais à créer une deuxième convention pour traiter plus particulièrement des nouveaux services médiatiques de transmission de contenus. La nouvelle catégorie de services ne ferait plus partie intégrante, comme dans l'option 2 précitée, de la future CETT et un cadre réglementaire distinct se développerait parallèlement au concept présent de la réglementation en matière de contenus audiovisuels. La nouvelle convention sera dénommée ci-après «Convention multimédia», ce titre étant considéré uniquement comme une base de travail.

III. Conclusions

Une proposition finale sur les options de base résumées plus haut sortirait du cadre de la présente étude. En particulier, le choix entre l'option 1, d'autre part, et les options 2 et 3, de

l'autre, revêt véritablement un caractère politique, puisqu'il s'agit soit de prendre des mesures pour réglementer les nouveaux médias de diffusion de contenus, soit d'en rester à l'approche plus étroite qui consiste à ne s'occuper que des services de télévision.

Si l'on retenait l'option 1 plutôt que la deuxième ou la troisième formule, le cadre réglementaire existant resterait en place, et des efforts particuliers de mise en œuvre ne seraient pas nécessaires ¹². Par conséquent, l'étude n'approfondit pas davantage l'option 1 et se concentre ci-après sur l'application potentielle des options 2 et 3. Dans les deux scénarios – que l'on ait affaire à une nouvelle CETT (option 2) ou à une convention distincte (option 3) – la définition d'une deuxième catégorie de services serait une question centrale. En tout état de cause, il faudra réfléchir à la ligne de démarcation entre les catégories, ainsi qu'aux dispositions particulières à leur appliquer. C'est sur ces considérations que porteront les dernières parties du présent exposé.

IV. Résumé

Option 1	Maintenir le cadre existant Appliquer une réglementation des contenus uniquement aux services TV de type classique Ne pas réglementer les contenus multimédias
Option 2	Créer des services de programmes relevant d'un deuxième groupe dans la CETT (sous-catégorie) N'appliquer que partiellement les dispositions existantes aux services ainsi introduits
Option 3	Laisser la CETT inchangée Adopter une Convention Multimédia (réglementation des contenus de faible niveau pour des médias spécifiques)

D. CHAMP D'APPLICATION

I. Présentation

Lors de la définition du champ d'application d'un futur cadre, il devrait donc être tenu compte des différences d'influence des divers médias électroniques sur la formation des opinions, notamment par l'utilisation de plusieurs catégories de services. Ceci permettrait la mise en place d'un système modulé de dispositions réglementaires. La première catégorie couvrirait les services qui sont particulièrement importants pour la formation des opinions comme la télévision radiodiffusée de type classique. La seconde catégorie serait réservée aux services

¹² Avec tout le respect que mérite le débat en cours sur ce point, telle semble être également l'approche privilégiée aujourd'hui par la Commission européenne s'agissant de la proposition de révision de la Directive "Télévision sans frontières". On prévoit apparemment pour la présente directive une durée de vie allant jusqu'en 2007, sans grands changements quant à sa portée.

qui ont une certaine importance de ce point de vue mais qui ne présentent pas cependant toutes les caractéristiques justifiant la réglementation traditionnelle s'appliquant à la télévision. La question se pose donc de savoir comment définir exactement ces catégories de services. Pour répondre à cette question, il est nécessaire d'examiner d'abord certains critères généraux avant d'entrer dans le détail des approches possibles en matière de définition.

II. Critères généraux

La définition des catégories de services ne doit pas seulement refléter l'influence particulière de différents groupes de services sur la formation des opinions. Elle doit aussi tenir compte du fait qu'une Convention révisée doit être ouverte sur l'avenir et répondre à des besoins de réglementation dépassant le simple court terme. Cependant, le marché dans lequel intervient la réglementation est caractérisé par des progrès technologiques rapides et un degré élevé d'incertitude au sujet de l'évolution des habitudes des consommateurs. Pour parvenir à une approche « idéale », les définitions des catégories de services doivent donc répondre à un certain nombre d'autres exigences :

- La définition de la portée de la Convention doit être suffisamment **flexible** pour pouvoir répondre à l'évolution constante du marché. Les critères innovants, dynamiques doivent être préférés aux approches fixes adaptées aux services existants mais ne prenant pas en compte leur développement potentiel.
- En outre, la convergence des réseaux et des terminaux utilisés par les consommateurs nécessite l'adoption d'une approche **neutre du point de vue technologique**. Ce serait une erreur de définir la portée de la Convention par référence à des réseaux de transmission spécifiques ou à certains matériels informatiques s'adressant aux usagers. L'approche adoptée, par conséquent, doit être une approche tournée vers les services plutôt que vers les modes de transmission.
- Enfin, les définitions utilisées pour définir la portée de la Convention doivent être suffisamment **praticables** pour pouvoir être mises en œuvre par les autorités nationales. Il est nécessaire de faire en sorte que le système de réglementation soit, en tant que tel, clair et facile à comprendre non seulement par les Parties à la Convention mais aussi par les entreprises et les consommateurs concernés par la réglementation.

III. Catégories de services

Sur la base de ces considérations générales, il est maintenant possible d'avancer certains critères et approches permettant de définir la portée de la future Convention, en tenant compte de la suggestion précédemment formulée de répartir l'ensemble des services entrant dans le champ de la Convention en services de télévision radiodiffusée, d'une part, et en services de médias, d'autre part.

1. Services de télévision

La définition des services de programmes de télévision utilisée dans la Convention actuelle couvre tout service diffusé au moyen d'un émetteur terrestre, d'un réseau câblé ou d'un réseau satellite et pouvant être reçu par le public en général mais n'opérant pas sur appel individuel. Dans sa forme actuelle, cette définition laisse de côté les services de diffusion de programmes sur le web, les services opérant sur appel individuel et la télévision interactive car elle est axée sur la télévision de type classique. Comme on l'a vu plus haut, cette forme de télévision exerce encore une influence particulière sur la formation des opinions et, au moins à moyen terme, continuera à le faire malgré le processus de numérisation en cours. La définition actuelle pourrait donc être maintenue pour décrire la première catégorie de services couverts par la future Convention.

Toutefois, une modification devrait être introduite car la définition actuelle est limitée aux transmissions par émetteur terrestre, par satellite ou par câble. Du fait de la convergence des réseaux de transmission numérique, cette restriction est excessive et non neutre d'un point de vue technologique. Elle devrait donc être supprimée. A partir du moment où d'autres infrastructures de communication comme les réseaux de lignes numériques à paire ou les réseaux de type 3G fourniront la largeur de bande nécessaire, le réseau utilisé pour la transmission des signaux télévisuels n'aura plus aucune importance du point de vue du téléspectateur. Les services de télévision diffusés sur le web deviendront alors un média d'information et de divertissement unidimensionnel et passif exactement comme l'est aujourd'hui la télévision par câble et potentiellement capable d'exercer une influence semblable sur la formation des opinions. Par conséquent, dans la future Convention, ce n'est pas seulement la télévision radiodiffusée classique qui doit être considérée comme nécessitant une réglementation sectorielle spécifique mais aussi la diffusion par le web et les autres formes (futures) de diffusion de programmes en flux continu. Le premier groupe de services pourrait donc être défini comme les services de programmes de télévision destinés à être reçus par le public en général mais n'opérant pas sur appel individuel. Ces services seront appelés ci-après « services de télévision ».

2. Services de médias

Il est plus difficile cependant de déterminer l'approche adéquate pour la définition de la deuxième catégorie de services. La différenciation doit s'effectuer dans deux directions, premièrement par rapport à la catégorie des services de télévision et, deuxièmement, par rapport aux services qui ne sont pas couverts du tout par la Convention. Les services de la seconde catégorie seront appelés ci-après « services de médias ». Trois options peuvent être envisagées pour l'identification de ces services.

a) Option 1 : utilisation de critères spécifiques

Afin de couvrir à la fois les services existants et d'éventuels services futurs, une première approche pourrait consister à développer des critères abstraits reflétant l'effet de dissémination, le pouvoir de suggestion et le caractère instantané de ces services tout en permettant de les distinguer des services de télévision au sens indiqué plus haut.

(1) *Nombre d'usagers*

Comme on l'a vu plus haut, l'aspect de dissémination d'un média constitue un élément déterminant du point de vue de ses effets potentiels sur la formation des opinions. Cet aspect est étroitement lié aux dimensions du public d'un service. On suggère parfois d'utiliser les taux d'écoute et d'autres données d'utilisation pour distinguer les médias de masse comme les services de télévision des autres services de médias qui visent des publics de taille moins importante et ne peuvent donc agir que de manière progressive sur les opinions du public en général. De tels chiffres, cependant, ne peuvent être envisagés abstraitement. Même dans le cas d'un service n'atteignant qu'un groupe limité de personnes, il peut exister un certain besoin de réglementation, notamment en ce qui concerne la transmission de contenus dangereux ou de nature à porter atteinte aux bonnes mœurs. En tant que critère unique, le nombre d'usagers ne permet donc pas de définir la catégorie de services de médias devant faire l'objet d'une réglementation dans le cadre de la future Convention.

(2) *Types de contenus*

Une autre manière de prendre en compte les effets d'un service sur la formation des opinions pourrait consister à examiner le type de contenus offerts par ce service. On considère fréquemment que les programmes d'actualités et les autres programmes portant sur la vie réelle exercent potentiellement des effets plus importants sur la formation des opinions que les films ou les émissions de divertissement. Il pourrait donc être envisagé de ne couvrir dans la future Convention que les services de médias présentant des contenus réels, par opposition aux programmes de fiction. Toutefois, l'utilisation d'un tel critère, même en le combinant à d'autres aspects de la programmation des services, poserait de sérieuses difficultés. Les nouveaux types de contenus tels que les émissions de divertissement par l'information (*infotainment*), les émissions d'aide personnalisée ou les séries de réalité virtuelle montrent qu'il est de plus en plus difficile d'établir une distinction claire entre contenus fictionnels et non-fictionnels. En outre, certaines préoccupations traditionnelles qui sont à la base de la réglementation, comme la protection des mineurs et de la dignité humaine, peuvent être encore plus justifiées dans le cas des émissions de fiction que dans celui d'autres contenus proposés par les services de médias.

(3) *Degré de contrôle de l'utilisateur*

L'une des raisons principales pour lesquelles on considère que la télévision de type classique exerce une influence particulière sur la formation des opinions est la passivité du public de télévision à l'égard de la programmation. Ceci sert à expliquer le pouvoir particulier de suggestion des services de télévision. Le degré de contrôle de l'utilisateur que permet un service pourrait donc être utilisé pour évaluer le pouvoir de suggestion des services de médias et en établir une classification en modulant en conséquence la portée de la future Convention. Selon ce critère, les services ne permettant aucun contrôle de l'utilisateur ou seulement un contrôle réduit seraient considérés comme des services de télévision ; les services autorisant un degré moyen de contrôle de l'utilisateur seraient considérés comme des services de médias (soumis à réglementation) ; et les services véritablement interactifs ne seraient pas couverts par la Convention.

Avec ce critère, les services de vidéo à la demande, par exemple, seraient considérés comme un service de médias. Dans le cas de ces services, en effet, contrairement aux services de télévision, l'utilisateur n'est pas dépendant d'une programmation fixe puisqu'il peut choisir lui-

même quoi regarder et à quel moment. D'un autre côté, une fois qu'il commence à regarder un film ou toute autre programmation offerte par les services de vidéo à la demande, l'utilisateur redevient passif et potentiellement soumis à l'influence des sons et des images animées. On peut donc considérer que les services vidéo opérant sur appel individuel se situent à un niveau intermédiaire du point de vue du contrôle de l'utilisateur. Avec d'autres services, cependant, les choses sont beaucoup plus complexes. Dans le cas de la télévision interactive, par exemple, on peut considérer que le degré d'intrusion et de persuasion est supérieur à celui qui intervient dans la consommation passive de programmes de télévision classiques, l'interactivité induisant l'utilisateur à participer de manière encore plus intense à ce qui passe sur l'écran. Le critère de contrôle de l'utilisateur pourrait en outre se révéler très difficile à appliquer. Il serait notamment difficile de distinguer entre les différents degrés d'interactivité car l'évolution future de l'interactivité dans les médias semble, à l'heure actuelle, particulièrement difficile à prédire.

(4) Part du contenu éditorial

Dans la définition du champ d'application de la Convention, il pourrait aussi être tenu compte du contenu éditorial des services. Il s'agit là encore d'un aspect essentiel des services de télévision classique, dans la mesure où la fourniture de contenu éditorial a des effets à la fois sur le pouvoir de suggestion et sur le degré d'instantanéité d'un programme. Le critère du contenu éditorial permettrait en particulier de distinguer les services pouvant jouer un rôle *quelconque* dans la formation des opinions des services de communication de données comme les services télégraphiques boursiers. En Allemagne, par exemple, la législation sur les médias se sert du critère du contenu éditorial pour distinguer les services de médias, dont les contenus sont soumis à réglementation, des services de télé-transmission, dont les contenus ne sont pas soumis à réglementation. L'exemple allemand, cependant, montre bien les difficultés que pose l'utilisation de ce critère. On voit mal de quelle façon exactement distinguer entre contenu éditorial « pertinent » et contenu éditorial « non pertinent ». Si un service d'informations boursières peut être considéré comme un service de transmission de données, il est facile de voir que les choses ne sont pas nécessairement aussi simples dans le cas de la transmission d'informations météorologiques, par exemple.

(5) Conclusions

L'examen de plusieurs critères possibles semble indiquer qu'il n'existe probablement pas de critère abstrait, innovant et pratique permettant d'évaluer l'influence potentielle d'un service sur la formation des opinions. Les divers aspects entrant en jeu dans le processus de formation des opinions sont trop complexes pour pouvoir être mesurés à l'aide d'un seul critère. Cette difficulté, cependant, pourrait être surmontée en combinant entre eux plusieurs critères spécifiques. On pourrait considérer par exemple comme couvert par la Convention tout service de médias présentant un degré moyen d'interactivité et un minimum de contenu éditorial. Une telle approche permettrait certainement des résultats mieux adaptés. Toutefois, plus les critères utilisés seraient nombreux et moins l'approche adoptée en matière de réglementation serait transparente.

b) Option 2 : utilisation de listes

Il est donc sans doute préférable de rechercher une approche réglementaire autre que l'approche à base de critères abstraits pour définir la portée de la future Convention. L'utilisation de listes énumérant de manière spécifique les services de médias couverts ou non

par la Convention pourrait à cet égard être envisagée. Une telle approche avait été adoptée dans la législation allemande sur les médias avant l'introduction d'une distinction, sur la base de certains critères, entre services de médias et services de télé-transmission. La législation de l'Union européenne se sert aussi de listes de services à l'annexe V à la directive 98/48/CE pour définir la portée de son cadre réglementaire.

Il est vrai que le recours à une liste de services est loin de répondre aux objectifs « idéaux » de flexibilité, de neutralité technologique et d'abstraction. Comme on l'a vu plus haut, cependant, ces exigences sont de toutes façons probablement impossibles à satisfaire. En effet, la caractéristique essentielle du marché des médias aujourd'hui est son dynamisme et son imprévisibilité et une approche abstraite a priori risquerait presque automatiquement d'aboutir à un échec. Si l'on accepte ce fait, une solution à base de liste pourrait se révéler mieux adaptée qu'une solution à base de critères abstraits. En outre, une liste n'est pas nécessairement un outil aussi rigide qu'il peut sembler à première vue. Premièrement, une liste énumérant explicitement les services de médias couverts par la Convention pourrait être soumise à une obligation de mise à jour régulière. Ceci permettrait d'adapter la liste à l'évolution effective du marché. L'actualisation de la liste pourrait être effectuée par le Comité permanent (éventuellement sous la forme d'une recommandation), afin d'assurer la cohérence du cadre réglementaire pour l'ensemble des Parties à la Convention, ou bien laissée aux Etats membres, afin de leur permettre de prendre en compte de manière plus précise la situation de leurs marchés respectifs. Dans tous les cas, la Convention devrait fixer un délai adéquat de mise à jour, en exigeant par exemple une révision de la liste tous les deux ans. Afin de préparer le processus de mise à jour, la Convention devrait également exiger du Comité permanent qu'il effectue, à intervalles réguliers, une étude de marché qui aiderait à identifier les services offerts sur le marché devant être soumis à la réglementation.

c) Option 3 : approche globale

Une troisième option ne faisant pas appel à l'énumération de services particuliers et évitant dans la mesure du possible l'utilisation de critères spécifiques pourrait être envisagée pour la définition des services de médias qui devront être couverts par la future Convention. Il s'agirait d'adopter le présupposé selon lequel tout service de communication électronique joue au moins *potentiellement* un rôle dans la formation des opinions, pour autant qu'il transmet une forme quelconque de contenu éditorial à un nombre indéfini d'utilisateurs. Ceci s'appliquerait éventuellement à tous les services autres que les services de simple transmission de données. Avec une telle définition des services de médias pertinents, la future Convention n'aurait pas besoin d'autres critères concernant le caractère spécifique ou le type de contenu d'un service. Parmi les services accessibles à tous, l'ensemble des services électroniques autres que les services de télévision pourraient ainsi être considérés comme des services de médias couverts par la Convention, dans la mesure où ils ne se limitent pas à la simple transmission de données.

Une telle approche aurait pour principal avantage, d'une part, d'être flexible et ouverte sur l'avenir et, d'autre part, d'éviter la plupart des problèmes que pose la mise en œuvre de critères spécifiques pour distinguer les différents types de services. Elle permettrait de couvrir tous les types de services comme les services de vidéo à la demande, les services de *business TV* et les sites web à contenu éditorial, en ne laissant de côté que la presse imprimée (celle-ci n'étant pas un service « électronique »), les communications individuelles comme la téléphonie, le courrier électronique ou les systèmes de partage d'informations électroniques

(ceux-ci n'étant pas « accessibles à tous »)¹³ et les services de pure transmission de données comme, par exemple, les télégraphes boursiers. Cette approche, naturellement, pourrait être accusée d'étendre à l'excès la portée de la Convention. Les dispositions de fond de la Convention devront donc être conçues de manière à corriger cela, en s'efforçant, dans la mesure du possible, de réduire au strict minimum les obligations réglementaires proprement dites.

IV. Résumé

Approche	Description	Avantages	Inconvénients
Option 1	Utilisation de critères spécifiques portant sur le contenu éditorial, le degré de contrôle des usagers, etc.	Permet de bien prendre en compte l'influence potentielle d'un service sur la formation des opinions.	Difficile à mettre en œuvre, absence de critères « idéaux ».
Option 2	Utilisation de listes énumérant les services de médias couverts par la Convention et devant être régulièrement mises à jour par le CdE ou les Etats membres.	Précision des définitions. Transparence.	Pas suffisamment « flexible » sauf mise à jour régulière. Risques de problèmes de coordination.
Option 3	Utilisation d'une définition très large, avec des critères minimums pour la plupart des services.	Réduction au minimum des problèmes de définition. Flexibilité du point de vue des services futurs.	Nombre important de services couverts par la réglementation.

E. DISPOSITIONS

I. Présentation

La mise en place de deux niveaux à l'intérieur de la Convention, avec la distinction entre les services de télévision et les services de médias, ne répond pas à la question du type de réglementation à appliquer à chacune de ces catégories. Avant d'aborder cette question, un bref examen des objectifs d'intérêt général qui sous-tendent la Convention actuelle peut être utile pour préciser les buts visés par la réglementation. Quelques-uns des domaines de réglementation susceptibles d'être couverts par la future Convention seront ensuite évoqués plus en détail. Pour chacun de ces domaines, la question doit d'abord être posée de savoir si une réglementation spécifique est ou demeure nécessaire. Certaines suggestions au sujet des éventuelles dispositions à adopter sont ensuite formulées, en tenant compte de la nécessaire distinction entre services de télévision et services de médias dans l'application de ces dispositions.

¹³ Dans ce contexte, toutefois, les services de vidéo à la demande seront également difficiles à inclure. Pour plus de précisions, voir ci-dessous, partie F.II.2.

II. Objectifs d'intérêt général

Comme on l'a vu plus haut, l'adoption d'une réglementation visant de manière spécifique le secteur des médias est justifiée par l'influence que peuvent exercer certains médias sur la formation des opinions. Ceci, cependant, n'indique pas quels doivent être les buts de cette réglementation. L'objectif principal, bien entendu, est de sauvegarder la libre formation des opinions. Mais la réglementation visant le contenu des médias poursuit aussi en général plusieurs autres objectifs d'intérêt général. Les objectifs énoncés dans le préambule de la Convention sont les suivants :

- la dignité et la valeur égale de chaque être humain ;
- la liberté d'expression et d'information ;
- la libre circulation de l'information et des idées ;
- l'indépendance des radiodiffuseurs ;
- les idéaux et les principes qui sont le patrimoine commun des Parties à la Convention.

Ces objectifs sont fondamentalement l'expression de valeurs générales reconnues comme importantes par toute société démocratique de type libéral. Ils conservent donc, en tant que tels, la même validité que lors de l'adoption de la Convention actuelle en 1989. Toutefois, du fait de l'intensification de la concurrence dans le secteur des médias en relation avec les processus de numérisation et de mondialisation, les menaces potentielles du point de vue de la dignité de l'être humain, par exemple, ont aujourd'hui plutôt augmenté que diminué. Dans ces conditions, il n'est pas nécessaire de remettre en cause ou de redéfinir ces objectifs d'intérêt général. Les remarques qui suivent sont donc consacrées à l'analyse des instruments réglementaires susceptibles d'aider à leur réalisation. Certaines des dispositions de la Convention actuelle sur les services de programmes de télévision serviront de point de départ à cette analyse.

III. Domaines de réglementation

1. Responsabilités du diffuseur

La Convention actuelle comporte un certain nombre de dispositions au sujet des responsabilités des radiodiffuseurs. Ces derniers doivent en particulier respecter la dignité de la personne humaine et les droits fondamentaux d'autrui (art. 7, para. 1) et ils doivent veiller à ce que les journaux télévisés présentent loyalement les faits et les événements et favorisent la libre formation des opinions (art. 7, para. 3). Ensemble, ces règles peuvent être considérées comme les normes journalistiques fondamentales que les Parties veulent voir respectées par les diffuseurs de programmes de télévision. Ces règles sont complétées par une clause concernant le respect des bonnes mœurs et l'interdiction des contenus violents, qui seront examinées séparément en tant que dispositions pour la protection des mineurs (voir plus bas section 4).

Les dispositions en matière de responsabilités sont de nature assez générale. Ces dispositions, par conséquent, ne peuvent être considérées comme susceptibles de constituer un obstacle à un développement dynamique du marché. Leur application à la fois aux services de télévision et aux services de médias ne pourrait certainement pas avoir des effets indus sur la libre fourniture de ces services. En revanche, leur application aux seuls services de télévision soulignerait l'impact particulier des services de télévision sur la formation des opinions, les

services de médias n'étant alors pas couverts par la réglementation de ce point de vue. Ces derniers, bien entendu, resteraient de toutes façons soumis à certaines normes spécifiques : même si des services de médias ne sont pas couverts par les dispositions en matière de responsabilités de la future Convention, cela ne veut pas dire qu'ils soient ouverts à n'importe quel type de contenu susceptible de mettre gravement en danger le principe de la dignité de l'être humain. Les législations pénales nationales sanctionnant l'incitation à la haine et la diffamation, par exemple, joueraient pour le moins un rôle de sécurité à cet égard.

2. Transparence

L'article 6, paragraphe 2, de la Convention prévoit que des informations concernant le radiodiffuseur, telles que le nom ou la dénomination, le siège et le statut juridique, peuvent être fournies sur demande au public en général. Cette disposition exprime le principe de la transparence et vise à satisfaire l'intérêt du public à savoir qui se trouve derrière un certain service d'information et d'où proviennent les opinions transmises par ce service. Il s'agit là d'une manière générale, d'un intérêt justifié de tout usager des médias, que le service soit un service de télévision de type classique ou tout autre type de service à contenu éditorial. L'obligation de transparence, par conséquent, ne doit pas être réservée aux services de télévision mais doit s'appliquer également aux autres services de médias couverts par la Convention.

Il pourrait être envisagé, cependant, de modifier les modalités de cette disposition. Actuellement, l'information en question n'a pas à être publiée automatiquement par le radiodiffuseur ou l'autorité nationale pertinente (il s'agit dans la plupart des cas de l'autorité qui délivre les licences). Elle doit seulement être fournie sur demande individuelle. Ceci est sans doute approprié pour les services opérant sur la base d'une licence car, dans ce cas, il existe une autorité à laquelle l'utilisateur peut faire appel. Mais il n'en va pas de même pour les services de médias, comme les sites web ou les services de diffusion sur le web, qui ne fonctionnent pas sur la base d'une licence. On pourrait donc envisager d'introduire, à propos de ces services, une disposition exigeant la communication de certaines informations essentielles dans le cadre du service lui-même au lieu de reconnaître le droit à l'utilisateur d'en faire la demande.

3. Droit de réponse

La Convention actuelle reconnaît aussi à toute personne physique ou morale un droit de réponse à l'égard des émissions transmises par un radiodiffuseur (art. 8). Toute personne doit avoir la possibilité de corriger des informations ou des faits inexacts dans le cas où leur publication dans les médias (télévision) constituerait une atteinte à ses droits légitimes. La clause sur le droit de réponse vise donc à sauvegarder la dignité, l'honneur et la réputation de l'individu. Ces valeurs ne sont pas seulement à la base de la société humaine ; elles sont aussi de plus en plus menacées dans un système de médias toujours plus dépourvu de scrupules à l'égard de l'individu dans la concurrence pour les parts de marché et l'attention des téléspectateurs.

S'agissant de l'application du droit de réponse à la fois aux services de télévision et aux services de médias, la nécessité d'éviter l'excès de réglementation doit être mise en parallèle avec la justification éventuelle d'une extension du droit de réponse à la deuxième catégorie de services. On peut avancer, en faveur de l'application de cette clause aux seuls services de télévision, que ces services sont *particulièrement* pertinents du point de vue de la formation

des opinions et qu'une disposition spéciale n'est requise qu'à leur propos. D'un autre côté, la diffusion de fausses informations dans les médias n'affecte pas seulement le processus de formation des opinions en tant que tel mais surtout les droits pertinents de l'individu sur lequel portent les informations. A cet égard, il ne fait guère de différence si une grande ou une petite partie seulement du public en général a été mal informée car il en résulte dans tous les cas un dommage du point de vue de la sphère individuelle. Dans ces conditions, il semble indiqué que la clause du droit de réponse s'applique aussi bien aux services de médias qu'aux services de télévision.

4. Protection des mineurs

La question de la protection des mineurs soulève de nombreuses questions du point de vue des éventuelles dispositions de la future Convention.

Premièrement, une décision doit être prise au sujet de l'intérêt d'intégrer ou non dans la Convention des dispositions en ce domaine. Une option pourrait consister, en effet, à s'appuyer une fois encore sur les dispositions du droit pénal sanctionnant la diffusion et la possession de formes extrêmes de pornographie et de contenus violents, qui s'appliquent bien entendu aussi au secteur des médias électroniques. Le droit de l'individu à recevoir en principe toute forme d'information n'étant pas considérée comme illégale d'un point de vue pénal peut certainement servir à justifier une telle approche. Toutefois, comme dans le cas du droit de réponse motivé par le principe de la dignité de l'être humain, certaines valeurs essentielles semblent justifier l'introduction dans la future Convention de normes concernant les contenus des médias susceptibles de présenter un danger pour les mineurs. Ces valeurs portent en particulier sur le droit des enfants et des adolescents à la protection de leur bien-être physique et psychologique. Dans ces conditions, l'introduction de dispositions spécifiques sur la protection des mineurs peut être défendue en général.

Deuxièmement, il est nécessaire d'examiner si de telles dispositions doivent s'appliquer uniquement aux services de télévision ou bien si elles doivent être étendues aussi aux services de médias. Cette question doit être examinée du point de vue de l'objectif de cette réglementation, qui est de prévenir la consommation par les enfants de *toute* forme de contenu dangereux. Le fait de savoir si ce contenu fait partie d'une émission de télévision, d'un élément de programmation vidéo ou d'un site web est donc indifférent. La seule chose qui compte est le fait que ce contenu soit diffusé d'une manière accessible aux mineurs. Par conséquent, la mise en place de règles pour la protection des mineurs s'appliquant à une seule catégorie de services mais ne portant pas sur le contenu d'autres services ne permettrait pas d'atteindre l'objectif fondamental de ces dispositions.

Troisièmement, il convient d'établir quel doit être le degré de précision des dispositions relatives à la protection des mineurs. Ceci se rapporte à la fois au type de contenus devant être visés par la réglementation et aux mesures adoptées pour la mettre en œuvre. La Convention actuelle interdit la pornographie et prévoit certaines restrictions de programmation pour les éléments « susceptibles de porter préjudice à l'épanouissement physique, psychique et moral des enfants et des adolescents ». Le terme de « pornographie » et l'identification des autres contenus dangereux sur la base de la terminologie adoptée nécessitent un important travail d'interprétation. Le caractère vague de ces formulations, cependant, les rend mieux aptes à refléter la diversité des attitudes existant en ce domaine dans les Etats membres que des définitions plus précises au niveau de la Convention.

Toutefois, s'agissant de l'interdiction actuelle de la pornographie, on peut s'interroger sur la nécessité d'une mesure aussi générale. Celle-ci constitue en effet une restriction grave non seulement à la liberté des fournisseurs de programmation, mais aussi, après tout, à la liberté d'information des usagers *adultes*. Et dans la mesure où il est assuré que les mineurs sont effectivement protégés de l'accès à ce type de contenus, le maintien d'une interdiction totale semble assez peu justifié. Dans le cas de la télévision radiodiffusée classique, bien entendu, une protection effective n'était possible qu'au moyen de l'interdiction complète de la pornographie des services de télévision. Depuis, cependant, les technologies de cryptage ont évolué. La future Convention, si l'interdiction générale de la pornographie y est maintenue, pourrait tenir compte de cette évolution au moyen d'une clause de réserve à propos des technologies de cryptage. Un service de télévision ou de média pornographique pourrait ainsi être autorisé à la condition que le fournisseur prenne les mesures techniques nécessaires pour empêcher effectivement l'accès des mineurs à ce service.

L'approche réglementaire à l'égard des autres contenus dangereux évoqués à l'article 7, para. 2 de la Convention actuelle doit aussi être réexaminée. Les restrictions de programmation sont inappropriées à partir du moment où la portée de la Convention est étendue à des services autres que les services radiodiffusés en temps réel. Dans le cas d'un service de vidéo à la demande ou d'un site web, il n'est pas possible de mettre en place une restriction des heures de programmation susceptible d'empêcher les mineurs d'accéder à ces services. Ce type de restrictions ne peut en fait s'appliquer qu'aux services de télévision. Une autre approche est donc nécessaire dans le cas des services des médias. Une option pourrait consister ici à ramener la réglementation à un niveau minimum dans le cadre de la Convention, en exigeant simplement des Parties qu'elles empêchent par des moyens appropriés la réception de contenus dangereux par des mineurs. Ceci permettrait aux Parties d'adopter des mesures de réglementation mais aussi de co-réglementation ou d'auto-réglementation en ce domaine.

5. Publicité et télé-achat

Les dispositions de la Convention actuelle concernant la publicité et le télé-achat représentent de loin la majorité de ses dispositions de fond. Elles comprennent des normes générales au sujet de la forme et de la présentation de la publicité, des restrictions sur sa durée et sa place à l'intérieur des programmes de télévision et des dispositions interdisant la publicité et le télé-achat de certains produits spécifiques. D'une manière générale, le régime de régulation existant en ce domaine est extrêmement complexe et difficile à démêler. C'est pourquoi non seulement les entreprises du secteur mais toutes sortes de voix, y compris une étude récente (Bird et Bird) sur les dispositions comparables de la Directive de l'Union européenne "Télévision sans frontières", appellent à une véritable déréglementation en ce domaine ¹⁴. Il est donc nécessaire de s'interroger d'abord sur la nécessité d'une réglementation de la publicité et du télé-achat dans le contexte des médias d'aujourd'hui et ensuite, sur les outils les mieux adaptés pour atteindre certains objectifs éventuels en matière de réglementation.

La réglementation de la publicité a pour but implicite de protéger l'individu de toute tromperie dans l'exercice de sa liberté d'information à l'aide des médias électroniques. Avec le développement de la concurrence lié à la multiplication des services et des capacités de transmission à l'ère numérique, la dépendance du secteur des médias à l'égard des ressources

¹⁴ Carat Crystal / Bird & Bird, *Study on the Development of New Advertising Techniques* (Etude sur le développement des nouvelles techniques publicitaires), Rapport final, disponible à l'adresse: http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm.

de la publicité se trouve potentiellement accrue. En outre, les nouvelles technologies de communication rendent possibles de nouvelles formes de publicité. Ces deux aspects renforcent la nécessité d'une protection générale des droits du consommateur en relation avec la publicité et le télé-achat. En même temps, toute régulation en ce domaine doit être justifiée en tant que restriction éventuelle de la liberté d'expression commerciale.

Les restrictions de programmation de la publicité ne sont applicables qu'à un service fonctionnant sur la base d'une programmation fixe. Cela n'est évidemment pas le cas des services de vidéo à la demande ou des services comme les sites web. On pourrait donc envisager de maintenir les restrictions de programmation prévues par la Convention actuelle mais en les appliquant uniquement aux services de télévision.

Le véritable « danger » de la publicité, cependant, n'est pas que les individus en consomment trop mais qu'ils ne la perçoivent pas comme telle. La publicité exerce une influence plus grande sur la formation des opinions sous la forme de publicité subliminale que sous celle de spots publicitaires nombreux mais clairement identifiés comme tels. C'est donc plus la qualité que la quantité de l'expression commerciale qui justifie sa réglementation. La réglementation de la publicité devrait donc viser d'abord cet aspect. A cet égard, il pourrait être envisagé de supprimer toutes les restrictions de programmation et de les remplacer par un régime de normes générales de qualité de la publicité s'appliquant à la fois aux services de télévision et aux services de médias.

L'obligation de distinguer clairement le contenu éditorial d'un service de la publicité constitue probablement le principe général le plus important à inclure dans ce régime. Un deuxième élément essentiel de ce régime serait constitué par une liste des produits dont la publicité doit être totalement interdite dans les services de télévision et dans les autres services de médias. Le tabac, les boissons alcoolisées, ainsi que les médicaments et les traitements médicaux seulement disponibles sur prescription médicale, pourraient par exemple être inclus dans cette liste, en fonction de considérations politiques, sociales ou de santé publique. Enfin, en tant que troisième élément, les principes généraux du régime de régulation pourraient inclure un certain nombre de dispositions relatives au contenu de la publicité comme l'obligation de recourir à des formes de publicité honnêtes et loyales, l'obligation de tenir compte de la réceptivité particulière des enfants à la publicité et l'obligation d'éviter les formes trompeuses de marketing. Toutefois, ces derniers objectifs pourraient également être atteints au moyen des législations nationales et de la législation de l'Union européenne sur la protection du consommateur.

Un régime de réglementation de la publicité se limitant à de telles obligations fondamentales pourrait s'appliquer assez facilement à tout un ensemble de services autres que la télévision classique. En outre, l'introduction d'une réglementation spécifique au sujet des services de télé-achat, avec tous les problèmes que pose la définition de ces services, deviendrait superflue une fois supprimées les restrictions de programmation concernant la publicité.

6. Origine de la programmation

L'article 10 de la Convention prévoit que chaque Partie veille, « chaque fois que cela est réalisable et par des moyens appropriés », à ce qu'un radiodiffuseur réserve à des œuvres européennes une proportion majoritaire de son temps de programmation d'émissions de fiction. Cette disposition a conduit à l'adoption de réglementations définissant des quotas liés

à l'origine de la programmation, notamment dans la directive sur la télévision sans frontières de l'Union européenne.

Sous sa forme actuelle, cette disposition vise clairement les services de télévision mais on peut cependant s'interroger sur sa raison d'être, même dans ce contexte. Elle implique, en effet, une restriction importante de la liberté économique du radiodiffuseur pour des raisons plus politiques que liées à la liberté d'opinion ou aux droits individuels des usagers. Ceci doit être pris en compte dans l'éventualité de l'introduction d'une exigence semblable à l'égard des services de médias. En faveur de l'extension de cette disposition, on peut avancer que, les nouveaux services faisant maintenant partie du paysage actuel des médias en Europe, des mesures de prévention culturelle adaptées à ce nouveau contexte sont devenues nécessaires. Mais cet argument ne saurait reléguer à l'arrière-plan l'intérêt fondamental des fournisseurs de services à élaborer librement le contenu de leurs services sans être soumis à des quotas. Par conséquent, si l'on juge nécessaire, pour des raisons politiques et culturelles, de maintenir la disposition relative à l'origine de la programmation, il serait probablement souhaitable d'en limiter la portée aux seuls services de télévision.

7. Accès du public à des événements d'importance majeure

L'introduction de dispositions sur l'accès du public à des événements d'importance majeure représente quelque chose de relativement nouveau dans le domaine de la réglementation des médias. Elle reflète le rôle accru joué, dans le contexte actuel, par les chaînes de télévision par abonnements et d'autres services de médias s'adressant à des groupes limités d'usagers. Les clauses relatives aux événements majeurs cherchent à établir un équilibre entre l'intérêt des entreprises du secteur des médias à commercialiser certains événements importants, sportifs ou autres, dans le cadre de services de médias fonctionnant exclusivement par abonnement et l'intérêt particulier de chaque individu à recevoir des informations au sujet des événements en question. Compte tenu de la tendance continue à la diversification et à la concurrence dans les médias, qui contraint les acteurs du marché à rechercher en permanence de nouvelles sources de revenus, il s'agit là d'un objectif qui, en tant que tel, doit être maintenu, tout au moins du point de vue des usagers.

Il est nécessaire, néanmoins, de considérer que les dispositions concernant l'accès du public à des événements d'importance majeure affectent de manière importante la liberté économique des acteurs du marché. Ces dispositions, par conséquent, ne devraient s'appliquer qu'aux services à propos desquels elles sont manifestement indispensables. Des deux catégories de services envisagées dans cette étude, cela semble être le cas uniquement des services de télévision. L'objectif principal de ce type de dispositions est d'empêcher l'exclusion du public en général de l'accès à l'information sur ces événements. A partir du moment, par conséquent, où est assurée la couverture de ces événements par les chaînes de télévision accessibles à tous, l'objectif de ces dispositions est atteint. Et les chaînes de télévision accessibles à tous tombent dans la catégorie des services de télévision. Dans ces conditions, il serait injustifié d'étendre également aux services de médias les dispositions concernant l'accès du public à des événements d'importance majeure.

IV. Conclusions

Les dispositions réglementaires éventuelles de la future Convention peuvent, en conclusion, être réparties en deux catégories.

La première de ces catégories concerne les normes fondamentales s'appliquant à l'ensemble des divers types de services couverts par la Convention. Ces normes, qui ont pour objectif la protection de certains droits fondamentaux de l'individu, n'ont que des incidences mineures sur la liberté économique des fournisseurs de services. La protection de la dignité de l'être humain, par exemple, justifie l'introduction d'une clause sur le droit de réponse s'appliquant aussi bien aux services de télévision qu'aux services de médias comme les sites web ou les services de vidéo à la demande.

Toutefois, à côté de ces normes fondamentales, il existe d'autres domaines dans lesquels seule l'influence particulière exercée par les services de télévision sur la formation des opinions peut justifier l'introduction d'une réglementation spécifique. Les services de médias, par conséquent, ne devraient pas être couverts par cette deuxième catégorie de dispositions. Ces dispositions, comme les mesure concernant l'accès du public à des événements d'importance majeure ou l'origine de la programmation, se rapportent en fait essentiellement aux chaînes de télévision diffusant en temps réel.

V. Résumé

Dispositions de fond	Services de télévision	Services de médias
Responsabilité	(+)	(-) (?)
Transparence	(+)	
Droit de réponse	(+)	
Protection des mineurs	(+) à un degré faible	
Publicité et parrainage	(+) à un degré faible	
Origine de la programmation	(+)	(-)
Événements d'importance majeure	(+)	(-)

F. MISE EN ŒUVRE

I. Aperçu général

Comme nous l'avons démontré ci-dessus, un certain nombre de décisions relatives aux options qui s'offrent pour une future réglementation des services médiatiques doivent être prises avant de se tourner vers la mise en œuvre d'un tel cadre réglementaire. Toutefois, la présente étude avait plutôt pour but de définir ces options et de donner les arguments qui y sont favorables ou qui s'y opposent, plutôt que de formuler des propositions détaillées sur l'application d'un texte potentiel spécifique. Nous ne traiterons donc ci-après que quelques aspects sélectionnés de mise en œuvre.

Dans cette perspective, deux questions prennent une importance particulière eu égard aux approches de la réglementation précédemment examinées:

- quelles seront les définitions exactes des catégories de services dans le nouveau cadre?

- selon quelle architecture les dispositions réglementaires de fond de ce nouveau cadre pourraient-elles s'organiser?

Les deux questions sont examinées ci-dessous. Nous proposons, en outre, une «feuille de route» qui indique les décisions politiques à prendre au cours du processus de révision menant à une nouvelle réglementation. De cette manière, la partie consacrée à la mise en œuvre permettra également de résumer les constatations antérieures.

II. Définition des catégories de services

1. Services de télévision

A la suite des évaluations auxquelles nous avons procédé dans la partie générale, il a été suggéré de maintenir le cadre existant de la CETT pratiquement inchangé, sans en élargir la portée (option 1), ou d'introduire une deuxième catégorie de services dans une future CETT d'ensemble ou au moyen d'une convention multimédia distincte (options 2 et 3) ¹⁵. Dans un cas comme dans l'autre, la télévision de type classique «telle que nous la connaissons» resterait qualifiée de «catégorie de services». En principe, la définition qu'en donne la présente CETT pourrait être maintenue. Toutefois, eu égard à la disponibilité de nouveaux réseaux comme les infrastructures DSL et 3G aux fins de diffusion, il n'y aurait plus lieu de se référer aux réseaux par voie hertzienne, par câble et par satellite. La définition future de cette catégorie de services pourrait être libellée comme suit: **les services de programmes télévisuels diffusés à une large audience sans opérer sur demande individuelle.**

2. Nouveaux services médiatiques

Nous avons examiné plus haut ¹⁶ trois options possibles en vue d'élargir la portée de la CETT pour appliquer une future réglementation aux nouveaux services tels que la vidéoconférence et la vidéo à la demande. La première option est axée sur certains critères de définition comme le niveau de contrôle des usagers et le contenu éditorial et sur les diverses combinaisons de ces critères. La deuxième option repose sur l'énumération des services devant être couverts par un futur texte. Dans les deux cas, les définitions concrètes employées pour la mise en œuvre de ces options devront être choisies en conséquence.

Toutefois, une définition plus abstraite serait nécessaire si l'on retenait la troisième option concernant la portée d'un futur cadre. Il a été suggéré de lui donner un caractère aussi large que possible, en excluant seulement les services relatifs purement à des données et la communication directe point à point telle que le téléphone et la messagerie électronique. Cependant, l'expression «communication point à point» ne doit pas non plus servir de définition abstraite de ces services, car il en résulterait que le futur cadre ne serait toujours pas applicable au partage de fichiers et surtout à la vidéo à la demande – dont on peut estimer qu'ils devraient faire l'objet d'un niveau minimum de réglementation. Cette catégorie de services pourrait donc être définie plutôt de la façon suivante: **services de communication électronique consistant à distribuer tous types de contenus médiatiques autres que de simples données brutes à un nombre indéfini d'utilisateurs.**

¹⁵ Voir ci-dessus, partie C.

¹⁶ Voir ci-dessus, partie D.

III. Architecture

1. Approche horizontale ou verticale

S'agissant de la conception architecturale d'un futur cadre, la question essentielle est de déterminer si l'approche à adopter pour l'application des dispositions de fond aux différentes catégories de services sera horizontale ou verticale. En ce qui concerne ces dispositions de fond, un système comprenant des clauses de base pour les deux catégories de services, d'une part, et des dispositions spéciales pour les services de télévision, de l'autre, a été proposé ¹⁷. Toutefois, le choix entre ces deux approches dépend en grande partie de la politique d'ensemble retenue pour le processus de révision ¹⁸ : si une deuxième catégorie de services est intégrée dans une future version de la CETT, des arguments solides militent pour une approche horizontale des dispositions de fond. Le système de clauses de base pour les deux catégories de services et de dispositions spéciales pour la télévision serait alors plus clair que l'établissement de deux séries complètes de clauses dans un cadre d'ensemble. Néanmoins, cette dernière formule serait difficile à éviter si l'on souscrivait à l'idée du maintien de la CETT telle quelle, pour l'essentiel, en introduisant un instrument distinct sous la forme d'une convention multimédia.

2. Corégulation et autorégulation

Un autre élément clé à prendre en considération dans l'architecture d'un futur cadre réglementaire – qu'il soit fondé sur deux catégories de services comme nous le proposons ci-dessus ou applicable seulement à une catégorie, ainsi que le stipule la CETT existante – est la mesure dans laquelle l'approche d'une réglementation obligatoire pourrait faire place à des mécanismes de corégulation et/ou d'autorégulation. On ne peut répondre à la question de manière générale lors de l'étude d'un futur cadre d'ensemble, mais elle doit être examinée pour chaque domaine de fond de la réglementation. Il a été envisagé plus haut d'introduire de telles solutions, par exemple, dans le domaine de la protection des mineurs ¹⁹, mais elle pourrait être valide également dans celui de la responsabilité et des normes journalistiques ²⁰. On trouve, à d'autres sources, une approche en la matière orientée davantage vers les services et proposant l'application d'une autorégulation à des types de services médiatiques spécifiques, comme les services sur l'Internet ²¹.

¹⁷ Voir ci-dessus, partie E.

¹⁸ Voir les différentes options ci-dessus, à la partie C.

¹⁹ Voir ci-dessus, partie E.III.4.

²⁰ A ce sujet voir, par exemple, la Recommandation n° R(97) 19 du Conseil de l'Europe «sur la représentation de la violence dans les médias électroniques», laquelle souligne que les professionnels des médias ont la responsabilité première du contenu des messages, des termes et des images qu'ils véhiculent, <http://cm.coe.int/ta/rec/1997/97r19.html>.

²¹ Voir, par exemple, les débats du Conseil de l'Europe sur les cyber-contenus préjudiciables et illégaux, dans le cadre de la Convention sur la Cyber-criminalité.

ANNEXE : "Feuille de route"

