

2013-2

# Journalisme ouvert

## ARTICLE DE FOND

### **Contenu généré par les utilisateurs et actualité audiovisuelle : les hauts et les bas d'une relation incertaine**

- Contenu généré par les utilisateurs
- Contexte réglementaire et politique
- Contenu généré par les utilisateurs et actualité

## REPORTAGES

### **La liberté d'expression en ligne**

- Standards
- Réseaux sociaux
- Responsabilité

## ZOOM

### **Les Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias**



## IRIS plus 2013-2 Journalisme ouvert

ISBN (Version imprimée): 978-92-871-7661-5  
Prix : EUR 25,50  
Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg 2013

ISBN (Version électronique PDF): 978-92-871-7664-6  
Prix : EUR 34,50

### La série IRIS plus 2013

ISSN (Version imprimée): 2078-9459  
Prix : EUR 100

ISSN (Version électronique PDF): 2079-1070  
Prix : EUR 130

### Directeur de la publication :

Wolfgang Closs, Directeur exécutif de l'Observatoire européen de l'audiovisuel  
E-mail : wolfgang.closs@coe.int

### Éditrice et coordonnatrice :

Susanne Nikoltchev, LL.M. (Florence/Italie, Ann Arbor/MI)  
Responsable du département Informations juridiques  
E-mail : susanne.nikoltchev@coe.int

### Assistante éditoriale :

Michelle Ganter  
E-mail : michelle.ganter@coe.int

### Marketing :

Markus Booms  
E-mail : markus.booms@coe.int

### Photocomposition :

Pointillés, Hoenheim (France)

### Impression :

Pointillés, Hoenheim (France)  
Conseil de l'Europe, Strasbourg (France)

### Maquette de couverture :

Acom Europe, Paris (France)

### Éditeur :

Observatoire européen de l'audiovisuel  
76 Allée de la Robertsau  
F-67000 Strasbourg  
Tél. : +33 (0)3 90 21 60 00  
Fax : +33 (0)3 90 21 60 19  
E-mail : obs@obs.coe.int  
www.obs.coe.int



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSSTELLE



COUNCIL OF EUROPE  
CONSEIL DE L'EUROPE

### Organisations partenaires ayant contribué à l'ouvrage :

#### Institut du droit européen des médias (EMR)

Franz-Mai-Straße 6  
D-66121 Saarbrücken  
Tél. : +49 (0) 681 99 275 11  
Fax : +49 (0) 681 99 275 12  
E-mail : emr@emr-sb.de  
www.emr-sb.de



#### Institut du droit de l'information (IViR)

Kloveniersburgwal 48  
NL-1012 CX Amsterdam  
Tél. : +31 (0) 20 525 34 06  
Fax : +31 (0) 20 525 30 33  
E-mail : website@ivir.nl  
www.ivir.nl



#### Centre de droit et de politique des médias de Moscou

Moscow State University  
ul. Mokhovaya, 9 - Room 338  
125009 Moscow  
Fédération russe  
Tél. : +7 495 629 3804  
Fax : +7 495 629 3804  
www.medialaw.ru



### Veillez citer cette publication comme suit :

IRIS plus 2013-2, Journalisme ouvert, Susanne Nikoltchev (Ed.), Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg 2013

© Observatoire européen de l'audiovisuel, 2013.

Chacune des opinions exprimées dans la publication est personnelle et ne peut en aucun cas être considérée comme représentative du point de vue de l'Observatoire, de ses membres ou du Conseil de l'Europe.

# Journalisme ouvert



## Avant-propos

Publiez et soyez damnée ?

La célèbre phrase du duc de Wellington décrit parfaitement les défis auxquels se trouvent confrontés les régulateurs chargés des questions juridiques complexes posées par le journalisme ouvert. A l'ère d'internet et des téléphones intelligents, nous sommes TOUS potentiellement des journalistes capables de générer une copie, du son et des images. De l'essor des blogs qui permettent aux particuliers de publier du contenu sur leur propre plateforme, à l'ouverture de sections dédiées aux commentaires à la fin des articles de journaux, en passant par l'inclusion de films générés par les utilisateurs dans les reportages d'actualité, les médias « professionnels » en sont venus à absorber le contenu généré par les utilisateurs comme une source supplémentaire de contenu. De nos jours, les médias recrutent activement ces « journalistes ouverts » afin de puiser dans une source supplémentaire de copie. De toute évidence, cette pratique s'accompagne d'un nouvel éventail de questions sociétales et, par conséquent, juridiques qui ne sont que partiellement couvertes par les cadres juridiques existants, conçus pour des services de médias impliquant une participation moindre des utilisateurs et une portée médiatique moins inventive.

Le domaine du journalisme ouvert et de l'« information générée par les utilisateurs » comprend plusieurs facettes et ses besoins potentiels en matière de réglementation imposent de commencer par dresser le bilan de la situation. L'article de fond de ce numéro d'IRIS *plus* vise à déterminer et à localiser ces besoins. Il analyse l'incidence du recours à du contenu généré par les utilisateurs sur les processus de traitement de l'information et met en évidence les éventuelles conséquences juridiques. L'article distingue notamment différents types de contenu généré par les utilisateurs et leurs possibles définitions et se penche sur la façon dont ils sont ou plutôt pourraient être gérés, au niveau européen, dans la jurisprudence sur la liberté d'expression et d'information ainsi que dans le cadre de la réglementation générale. Il explique aussi pourquoi le contenu généré par les utilisateurs devient un « animal spécial » lorsqu'il est proposé dans le cadre des actualités dans les médias audiovisuels et la façon dont cette forme de journalisme ouvert est capable de générer encore plus de questions concernant la liberté des médias et les processus de traitement de l'information.

Toutefois, les problèmes posés par le journalisme ouvert ne se limitent pas aux reportages d'actualité diffusés par les médias audiovisuels. La question s'élargit également pour inclure le droit à la liberté d'expression et d'information en ligne en tant que tel. Un pot-pourri de l'activité juridique connexe est présenté dans la rubrique Reportages de ce numéro d'IRIS *plus*. Ce chapitre se penche sur l'avis du Conseil de l'Europe quant à la façon de protéger la liberté d'expression dans un environnement en ligne et sur les différentes façons

de le traduire dans les approches juridiques nationales. D'autres articles de cette rubrique s'intéressent à la convergence entre services de médias et réseaux sociaux ainsi qu'à d'autres questions relatives à la responsabilité du contenu dans un système médias-utilisateurs-informations de plus en plus imbriqué.

Les efforts visant à fournir des orientations pour les nouvelles formes de journalisme interactif bidirectionnel se poursuivent et la rubrique ZOOM contient la dernière contribution du bureau de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias sous la forme de Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux. Sous les titres Médias sociaux et liberté d'expression, Médias sociaux et journalisme, Médias professionnels et web 2.0, Contenu généré par les utilisateurs et commentaires en ligne et enfin Approche multi-acteurs et responsabilité d'entreprise, le lecteur de ce numéro d'IRIS *plus* trouvera d'autres pistes pour réfléchir aux multiples défis posés par le journalisme ouvert.

Strasbourg, avril 2013

**Susanne Nikoltchev**

*Coordinatrice IRIS*

*Responsable du département Informations juridiques  
Observatoire européen de l'audiovisuel*

## TABLE DES MATIÈRES

### ARTICLE DE FOND

#### **Contenu généré par les utilisateurs et actualité audiovisuelle : les hauts et les bas d'une relation incertaine**

*par Tarlach McGonagle, Institut du droit de l'information (IVIIR), Faculté de droit, Université d'Amsterdam . . . 7*

- Introduction . . . . . 7
- Contenu généré par les utilisateurs . . . . . 8
- Contexte réglementaire et politique . . . . . 12
- Contenu généré par les utilisateurs et actualité . . . . . 19
- Conclusions. . . . . 26

### REPORTAGES

#### **La liberté d'expression en ligne**

*par Tarlach McGonagle (Institut du droit de l'information (IVIIR), Université d'Amsterdam), Borce Manevski (Consultant indépendant en matière de médias et de relations publiques), Kevin Aquilina (Section de droit des médias, des communications et de la technologie, Faculté de droit, Université de Malte), Harald Karl (Cabinet juridique Pepelnik & Karl, Vienne), Amélie Blocman (Légipresse), Tobias Raab (Institut du droit européen des médias (EMR), Sarrebruck/Bruxelles), Damien McCallig (School of Law, Université nationale d'Irlande, Galway) . . . 27*

- Standards . . . . . 28
- Réseaux sociaux . . . . . 31
- Responsabilité. . . . . 32

### ZOOM

**Les Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias . . . . . 35**





# Contenu généré par les utilisateurs et actualité audiovisuelle : les hauts et les bas d'une relation incertaine

*Tarlach McGonagle*

*Institut du droit de l'information (IViR), Faculté de droit, Université d'Amsterdam*

## **Introduction<sup>1</sup>**

Le monde des trois petits cochons a été mis sens dessus dessous. Dans le conte traditionnel, ils n'avaient à supporter que les assauts du grand méchant loup. Mais aujourd'hui, ils doivent non seulement composer avec la menace lupine mais le faire en ayant les projecteurs des médias internationaux instantanément braqués sur eux. Dans la vidéo publicitaire primée, consacrée par *The Guardian* au journalisme ouvert<sup>2</sup>, le journalisme interactif transforme radicalement et à toute vitesse le calvaire des trois petits cochons : ils ne contrôlent plus leur propre récit, leur histoire est réécrite par les masses. Au fur et à mesure de l'intrigue, le conte familial est transformé par les analyses et les réflexions des journalistes, par l'opinion publique, par les commentaires des experts et par la mobilisation sociale.

Les petits cochons étaient des propriétaires légaux, bénéficiant du droit de protéger leurs biens. Mais en faisant bouillir vif le grand méchant loup, l'usage qu'ils ont fait de la force n'a-t-il pas dépassé les limites du raisonnable ? Selon une connaissance, le loup n'aurait pas pu détruire les maisons en soufflant dessus car il avait de l'asthme. Un expert médical a simulé le souffle du loup pour prouver que c'était impossible. S'agissait-il d'un coup monté de l'intérieur, d'une conspiration visant à commettre une fraude à l'assurance et à faire accuser le loup ? Le mobile des petits cochons était d'ordre financier : ils avaient du mal à rembourser leur prêt immobilier. Des manifestations publiques et des émeutes ont eu lieu par solidarité avec les petits cochons, imposant l'ouverture d'un débat politique sur la réforme des prêts hypothécaires. Les rebondissements complexes de l'histoire en constante évolution des trois petits cochons n'auraient pas été possibles dans un processus de traitement de l'information unidirectionnel ou linéaire. Ils ne sont possibles que lorsque des professionnels de l'information font appel à d'autres personnes pour améliorer leur produit.

---

1) Avant de lire cet article, il est conseillé aux lecteurs de regarder « The Guardian open journalism – Three Little Pigs advert », disponible sur : [www.guardian.co.uk/media/video/2012/feb/29/open-journalism-three-little-pigs-advert](http://www.guardian.co.uk/media/video/2012/feb/29/open-journalism-three-little-pigs-advert)  
2) « Three Little Pigs advert », publicité récompensée par un Cannes Lion, YouTube, publiée le 29 février 2012.

Mais le journalisme ouvert ou, plus largement, la participation du public au contenu des médias, est loin d'être l'apanage des fables. Un seul tweet, auquel les médias traditionnels assurent une certaine exposition, peut même influencer l'issue d'une campagne électorale présidentielle. C'est exactement ce qui s'est passé en Irlande avec l'utilisation d'un tweet non vérifié lors d'un débat télévisé en direct réunissant les candidats à la présidentielle, trois jours avant l'élection<sup>3</sup>. Le tweet était adressé au candidat alors en tête des sondages. Il provenait soi-disant (mais ce n'était pas le cas en réalité) du compte Twitter de l'un des autres candidats. Le tweet, qui a été lu à l'antenne, a relancé un débat sensible concernant l'appartenance et les relations politiques du candidat auquel il était adressé. Et le tour qu'a pris la discussion dans le studio a abouti à des résultats très défavorables pour le candidat concerné (qui, par conséquent, n'a pas remporté l'élection présidentielle).

Ces deux exemples spectaculaires démontrent la puissance potentielle de l'opinion et des sources d'information hors média lorsqu'il s'agit de transformer le contenu médiatique. Parmi d'autres exemples plus banals, citons les photos envoyées aux chaînes de télévision par des téléspectateurs pour animer les bulletins météorologiques et les commentaires laissés sur les sites web des médias d'information par des membres du public. Dans tous ces cas, les « utilisateurs » du média ou de l'information lui confèrent une nouvelle dimension. Le présent article traite de la dépendance croissante du secteur audiovisuel européen vis-à-vis du « contenu généré par les utilisateurs » dans le domaine de l'actualité.

Tout d'abord, l'article examine les différentes significations attribuées à l'expression « contenu généré par les utilisateurs » et la situe par rapport à des expressions similaires ou connexes. Il cherche à établir une distinction entre les différents types de contenu généré par les utilisateurs et à démêler les implications juridiques de leurs différences.

L'article décrit ensuite le contexte réglementaire et politique plus vaste dans le cadre duquel il convient d'évaluer le contenu généré par les utilisateurs et intégré à l'actualité (audiovisuelle). Il met l'accent sur la liberté d'expression et d'information, sur la complémentarité de la régulation traditionnelle, de l'autorégulation et de la corégulation ainsi que sur les défis réglementaires et politiques à venir.

Troisièmement, l'article explore la relation existant entre contenu généré par les utilisateurs et actualité : une relation évolutive au potentiel de transformation mais à l'utilisation (pour l'instant) limitée dans la pratique.

Ensuite, l'article cible le contenu généré par les utilisateurs et l'actualité audiovisuelle, en exposant certaines spécificités du contexte audiovisuel et leurs implications réglementaires. Avant d'arriver à sa conclusion, l'article présente plusieurs problèmes qui se poseront à l'avenir.

## **I. Contenu généré par les utilisateurs**

### **1. Analyse de la notion**

Le contenu généré par les utilisateurs (CGU) est une expression en vogue. On pourrait se demander avec scepticisme s'il ne s'agit pas simplement d'une expression joliment adaptée, synonyme d'expression individuelle ou d'information fournie par des particuliers et se retrouvant dans le contenu des médias grand public. Un tel scepticisme ne résiste pas à une analyse approfondie. Le CGU facilite l'engagement individuel auprès des médias, à la fois dans la production de contenu et en réaction à un contenu, mais il n'est pas nécessairement individuel. Le CGU est souvent produit dans un esprit collaboratif par un nombre variable d'individus. Même s'il évoque une initiative individuelle libre, il peut également être créé au sein de structures organisationnelles, commerciales ou à but non lucratif, ou d'entités sociales structurées (par exemple, des groupes religieux). De plus, en raison de sa référence explicite au contenu, l'expression désigne plus qu'une simple expression ou information. Le CGU sera principalement visuel ou audiovisuel, numérique ou multimédia.

---

3) Voir IRIS 2012-5/27, également reproduit dans la rubrique Reportages qui accompagne cet article.

En résumé, le CGU est beaucoup plus complexe que les précédentes formes conventionnelles d'implication des « utilisateurs » dans les activités des médias, telles que lettres à la rédaction, droit de réponse, participation téléphonique aux émissions de débats etc.

Dans un rapport publié en 2007, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) identifie trois caractéristiques centrales du CGU (ou contenu créé par l'utilisateur, CCU, comme utilisé dans le rapport)<sup>4</sup>. Ce rapport est devenu une référence souvent mentionnée lors des discussions sur le CGU et, en tant que tel, les caractéristiques qu'il identifie et explique méritent d'être citées dans leur intégralité :

- **Critère de publication** : Bien que l'on puisse en théorie concevoir qu'un contenu créé par l'utilisateur ne soit jamais effectivement diffusé en ligne ou ailleurs, nous nous intéressons ici aux œuvres *publiées* dans un certain contexte, que ce soit sur un site internet accessible au public ou sur un site de réseau social réservé à un groupe de personnes donné (par exemple, les étudiants d'une université). Cette définition nous permet d'exclure les courriers électroniques, les messages instantanés échangés entre deux interlocuteurs et autres contenus similaires.
- **Effort de créativité** : La notion de création implique qu'un *certain effort créatif a été réalisé pour concevoir l'œuvre ou pour adapter des œuvres existantes dans le but d'en concevoir une nouvelle* ; autrement dit l'utilisateur doit avoir apporté une valeur ajoutée propre. L'effort de création à l'origine du CCU comporte souvent aussi un élément de collaboration, comme dans le cas des sites internet que de nombreux internautes peuvent modifier sur une base collaborative. Ainsi, la simple copie d'un extrait d'un programme télévisé et sa diffusion sur un site internet de vidéo en ligne (activité fréquemment observée sur les sites CCU) ne peuvent être considérées comme produisant du CCU. En revanche, lorsqu'un(e) internaute met en ligne ses propres photographies, donne son avis dans un blog ou crée une nouvelle vidéo musicale, il s'agit bien de contenu créé par l'utilisateur. Il est toutefois difficile de définir la quantité minimale d'effort créatif car elle dépend du contexte.
- **Création indépendante des pratiques et habitudes professionnelles** : Un contenu créé par l'utilisateur est généralement conçu *dans un cadre extérieur aux pratiques et habitudes professionnelles*. Très souvent, il ne s'inscrit pas dans un contexte institutionnel ou commercial/marchand. Dans les cas extrêmes, il est produit par des personnes non professionnelles ne cherchant pas à retirer de profit ou de rémunération. Ces personnes sont motivées par des désirs tels que celui d'entrer en contact avec des pairs, d'accéder à un certain niveau de célébrité, de notoriété ou de prestige, ou de s'exprimer.

L'identification et l'explication de ces caractéristiques visaient principalement à essayer de délimiter l'expression, afin de préciser ce qu'elle couvre et ce qu'elle ne couvre pas. Comme déjà mentionné, la *pratique* du CGU n'est pas un phénomène nouveau en tant que tel : elle se retrouve dans les médias hors ligne, sous différentes formes, à travers l'histoire. Toutefois, *l'expression* elle-même, CGU, a été inventée et s'est répandue dans un contexte en ligne. Par conséquent, comme communément admis, l'expression est instinctivement associée à internet<sup>5</sup>. Cette association ressort clairement des caractéristiques du CGU identifiées par l'OCDE. L'architecture du Web 2.0, avec sa tendance à favoriser l'échange entre pairs et les activités participatives, a grandement facilité l'adoption du CGU. Cette réalité se manifeste d'abord et avant tout sous un angle quantitatif : le renforcement du savoir-faire et des capacités technologiques rend plus facile que jamais la création de contenu textuel, photographique, audiovisuel et autre ainsi que sa large diffusion. Mais elle peut également être vue sous un angle qualitatif : alors que les technologies pertinentes deviennent plus accessibles

4) « Internet participatif : contenu créé par l'utilisateur », Direction de l'OCDE de la science, de la technologie et de l'industrie, Comité de la politique de l'information, de l'informatique et des communications, Groupe de travail sur l'économie de l'information, DSTI/ICCP/IE(2006)7/FINAL, 12 avril 2007, disponible sur : [www.oecd.org/fr/internet/ieconomie/38976677.pdf](http://www.oecd.org/fr/internet/ieconomie/38976677.pdf)

5) Ce point est également notamment souligné dans Lorna Woods, « User Generated Content: Freedom of Expression and the Role of the Media in a Digital Age », dans Merris Amos, Jackie Harrison & Lorna Woods (eds), *Freedom of Expression and the Media* (Leiden/Boston, Martinus Nijhoff Publishers, 2012), p. 141-168, en p. 143.

à un segment croissant de la société, la sophistication avec laquelle (au moins) certaines personnes utilisent ces technologies s'améliore également en conséquence. La promotion de l'éducation aux médias, comprise comme étant « la capacité à accéder, à analyser, à évaluer et à créer des messages sous diverses formes »<sup>6</sup>, favorise sensiblement l'adoption intelligente de ces technologies.

Pour en revenir aux caractéristiques du CGU, comme indiquées par l'OCDE, quelques remarques analytiques s'imposent. La première caractéristique, le critère de publication, a une fonction utile dans la mesure où elle exclut les courriers électroniques et les messages instantanés échangés entre deux interlocuteurs. Ce faisant, elle traite à la fois le fait de la publication et la portée de la publication. Il est important qu'elle englobe la publication ciblant un groupe restreint de personnes, notamment d'un point de vue juridique, comme nous le verrons ci-dessous. La deuxième caractéristique, l'effort de créativité, est essentielle parce qu'elle insiste sur la création d'une œuvre ou l'ajout de valeur à une œuvre existante. L'importance de ces questions est évidente du point de vue du droit d'auteur. Enfin, « bien qu'utile sur le plan conceptuel, cette dernière caractéristique [à savoir la création indépendante des pratiques et habitudes professionnelles] est de plus en plus difficile à conserver », comme l'OCDE n'a pas tardé à le reconnaître<sup>7</sup>. En effet, l'OCDE note qu'alors, « au départ, l'autoproduction de contenu était un mouvement populaire, il semble aujourd'hui que les utilisateurs cherchent à monétiser les contenus qu'ils produisent »<sup>8</sup>. Un exemple de cette tendance pourrait être les plateformes CGU désignées qui tentent de générer des revenus grâce à la publicité. Également à cet égard, comme souligné par Lorna Woods, « bien qu'une grande partie de la contribution soit amateur, les limites du public deviennent floues lorsque certains contributeurs utilisent le support pour favoriser leur carrière professionnelle ou lorsque des contributeurs sont des professionnels «qui ne sont pas en service» »<sup>9</sup>. Il existe également une autre catégorie d'utilisateurs qui génèrent du contenu : les membres des organisations de la société civile. Ces organisations, bien qu'elles ne soient pas des entités professionnelles des médias à proprement parler, s'impliquent de plus en plus dans des stratégies de communication très efficaces avec des niveaux élevés de professionnalisation.

En bref, le terme CGU recouvre divers types de contenu qui sont généralement créés et diffusés dans un environnement en ligne par différents acteurs.

## 2. Vers une typologie

Après avoir brièvement analysé la notion de CGU dans la section précédente, et armés d'une compréhension approximative du terme, nous pouvons désormais tenter de mettre au point une typologie des différentes formes de CGU.

Il peut être avancé diverses typologies, basées par exemple sur le format du CGU ou les fins auxquelles il est produit. Toutefois, la typologie ici préférée se concentre sur des critères éditoriaux et de présentation. Des concepts tels que le contrôle éditorial et la responsabilité éditoriale ont des significations et des implications réglementaires particulières dans la Directive Services de médias audiovisuels, par exemple. Ainsi, la typologie retenue aux fins du présent article souligne comment différentes formes de CGU ont différentes portées juridiques.

Les catégories de CGU suivantes sont utilisées :

A. CGU préparé par des utilisateurs puis incorporé dans un contenu produit professionnellement et soumis à un contrôle éditorial ;

---

6) (souligné par l'auteur) Sonia Livingstone, « Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies », *7 The Communication Review* (n° 1, 2004), p. 3-14, en p. 5. Voir également, Tarlach McGonagle, « L'éducation aux médias : cesse-t-elle enfin d'être le parent pauvre de la réglementation européenne des médias audiovisuels ? », dans Susanne Nikoltchev, Ed., *L'éducation aux médias, IRIS plus 2011-3* (Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2011), p. 7-27. Disponible sur : [www.obs.coe.int/oea\\_publ/iris/iris\\_plus/iplus3LA\\_2011.pdf.fr](http://www.obs.coe.int/oea_publ/iris/iris_plus/iplus3LA_2011.pdf.fr)

7) *Ibid.*, p. 9.

8) *Ibid.*

9) Lorna Woods, « User Generated Content: Freedom of Expression and the Role of the Media in a Digital Age », *op. cit.*, p. 143.

- B. CGU à caractère autonome, c'est-à-dire CGU existant parallèlement à un contenu produit professionnellement et soumis à un contrôle éditorial ;
- C. CGU cocréé par des professionnels des médias et des utilisateurs ;
- D. CGU créé et géré sur des réseaux et des forums conçus à ces fins, qui n'est pas incorporé au contenu des médias professionnels.

Le scénario suivant serait classé en A : un individu enregistre un court clip vidéo sur un téléphone mobile et l'envoie à une chaîne de télévision pour une éventuelle inclusion dans un programme, mais la vidéo est éditée par des professionnels des médias avant ladite inclusion. Les commentaires de lecteurs/spectateurs diffusés sur le site web d'un journal ou d'un radiodiffuseur font partie de la catégorie B. Pour la catégorie C, il peut s'agir de processus de production véritablement collaboratifs, plus ou moins horizontaux, par exemple lorsqu'un journaliste contacte des membres du public ou des experts dans des domaines donnés et coécrit du contenu avec eux. Cette approche est différente de la relation éditoriale plus verticale qui s'applique pour la catégorie A. Enfin, la catégorie D correspond à du CGU qui n'a pas été incorporé dans du contenu produit professionnellement et soumis à un contrôle éditorial : il est hébergé ou diffusé en dehors des entités médiatiques professionnelles, par exemple, sur des blogs personnels ou des réseaux sociaux. Du contenu classé dans la catégorie D peut se retrouver en catégorie A si des professionnels des médias cherchent à l'intégrer dans leur contenu éditorial.

Lorna Woods a établi des distinctions similaires dans son examen très clair des questions juridiques posées par l'utilisation du CGU par les médias. Au lieu de se référer à la production professionnelle et au contrôle éditorial, elle emploie l'expression plus élégante de « médias professionnels » qui, bien sûr, touche au cœur de la question, à savoir la relation entre le contenu produit par des professionnels et celui produit par des amateurs. Toutefois, une différenciation plus poussée des « médias professionnels » se révélera utile plus loin dans cet article, lorsque l'analyse ciblera le secteur audiovisuel européen, afin de distinguer les fournisseurs de services de médias audiovisuels des journaux, qui sont soumis à des régimes réglementaires différents à de nombreux égards.

Une autre distinction, s'appuyant également sur l'analyse de Lorna Woods, concerne la manière dont le CGU est obtenu. Est-il soumis sans être sollicité à des médias professionnels ? Est-il (pro-) activement sollicité par des médias professionnels, par l'intermédiaire d'invitations au public à fournir certains types de contenu ou à apporter sa contribution sur certains thèmes ? Ou les médias professionnels eux-mêmes recherchent-ils et/ou surveillent-ils (pro-)activement le CGU déjà disponible sur internet ? Dans ce dernier cas, le CGU est-il ensuite incorporé au contenu de médias professionnels, avec ou sans le consentement préalable de ses créateurs ?

### 3. Questions juridiques<sup>10</sup>

Compte tenu des multiples formes que peut prendre le CGU, aborder les questions juridiques connexes de manière généralisée présente peu d'intérêt. Comme montré dans la première section, toute définition du CGU doit nécessairement s'étendre dans plusieurs directions à la fois. De plus, la typologie développée dans la section précédente a été largement guidée par l'anticipation des questions juridiques spécifiques à chaque catégorie.

Les questions juridiques classiques qui découlent de l'utilisation du CGU incluent la responsabilité éditoriale et la responsabilité juridique du contenu publié : les niveaux de responsabilité peuvent varier selon que le CGU est classé en catégorie A, B, C ou D et/ou selon que la responsabilité éditoriale et la responsabilité juridique reviennent à une entité médiatique soumise à un régime réglementaire spécifique. Par exemple, la manière dont le CGU est utilisé par un fournisseur de services de médias audiovisuels, qu'il soit pleinement intégré dans un service de médias audiovisuels classique linéaire ou non linéaire ou qu'il ait la forme d'un contenu autonome disponible sur le site

---

10) Cette section s'inspire, en partie, de la contribution de l'auteur du présent article à : Jop Esmeijer *et al.* « Making User Created News Work », rapport du TNO 2012 R11277, décembre 2012 (publication à venir).

web du fournisseur (en étant soumis ou non à une modération éditoriale), peut être déterminante lorsqu'il s'agit de savoir si le CGU relève du cadre réglementaire de la Directive Services de médias audiovisuels ou de la directive sur le commerce électronique.

Ces questions sont développées plus en détail ci-dessous. Pour l'instant, nous nous contenterons de les mentionner et d'indiquer que les questions de la responsabilité éditoriale et de la responsabilité juridique peuvent entrer en jeu dans de multiples cas : diffamation ; discours de haine ; vie privée ; protection des données et droits à l'image, droit d'auteur et droits voisins<sup>11</sup> etc. Dans le contexte spécifique du traitement de l'information, un large éventail de valeurs et de problèmes entre en lice : objectivité, impartialité, honnêteté, transparence, fiabilité, codes déontologiques, protection des sources etc. La vérification de l'authenticité et du statut juridique du CGU au regard du droit d'auteur peut s'avérer problématique dans un contexte en ligne, compte tenu de l'utilisation généralisée de l'anonymat et du pseudonymat ainsi que des techniques consistant à mélanger et assembler ou à couper, copier et coller. Toutes ces questions exigent un examen très scrupuleux eu égard au CGU, ce qui a de lourdes conséquences pratiques pour les processus de traitement de l'information et des ramifications juridiques tout aussi importantes. Enfin, la relation entre les médias institutionnalisés et les créateurs de CGU peut également soulever d'importantes questions pratiques et juridiques : quels sont les termes de l'engagement, de la collaboration voire d'une possible rémunération ? Avec quel niveau de détail ont-ils été formulés par l'entité médiatique ? Quelles implications ces termes ont-ils sur les droits généraux des individus et les attentes d'accès aux médias institutionnalisés et dans quelle mesure le choix éditorial est-il prioritaire sur ces attentes et droits individuels ?

## II. Contexte réglementaire et politique

Le cadre réglementaire régissant le CGU est à plusieurs niveaux (européen et national) et à plusieurs dimensions (régulation, autorégulation et politique) et, par conséquent, il est complexe.

### 1. Liberté d'expression et d'information

A ce jour, la Cour européenne des droits de l'homme (« la Cour ») n'a pas rendu d'arrêt dans une véritable affaire de CGU de type A, démêlant et clarifiant la relation complexe qui existe entre le contrôle éditorial professionnel exercé sur du CGU comprenant des éléments illégaux et la responsabilité juridique éditoriale qui en résulte pour ces éléments illégaux. Cependant, (au moins) une affaire de ce type est pendante devant la Cour : *Delfi AS c. Estonie*<sup>12</sup>. Les faits ont été résumés comme suit<sup>13</sup> :

« [L'affaire concerne] la société Delfi, l'un des principaux portails d'information Internet en Estonie et sa responsabilité sur les commentaires postés par ses lecteurs. A la suite d'un article publié sur son site au sujet d'une société qui projetait de détruire les « routes de glace » (routes reliant le continent à certaines îles), des commentaires injurieux furent postés sur le portail au sujet de l'actionnaire majoritaire de la société qui, en conséquence, engagea une action au civil contre le portail d'information. Les tribunaux se prononcèrent contre ce dernier et le condamnèrent à verser des dommages-intérêts au plaignant ».

Dans l'attente de l'arrêt de la Cour dans l'affaire *Delfi*, la jurisprudence existante ouvre déjà progressivement la voie à un engagement judiciaire frontal avec le CGU. La jurisprudence de la Cour témoigne d'une tendance bien ancrée à accorder aux journalistes/médias un niveau accru de protection de leur droit à la liberté d'expression. S'appuyant sur cette tendance, trois tendances émergentes dans la jurisprudence de la Cour commencent à façonner un cadre plus précis pour l'utilisation du CGU dans l'actualité : l'importance croissante accordée au journalisme responsable ;

11) Pour plus d'informations sur les aspects du CGU associés au droit d'auteur, voir Francisco Javier Cabrera Blázquez, « Les plateformes de contenus générés par l'utilisateur et le droit d'auteur », IRIS *plus* 2008-5 (Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2008). Disponible sur : [www.obs.coe.int/oea\\_publ/iris/iris\\_plus/iplus5\\_2008.pdf](http://www.obs.coe.int/oea_publ/iris/iris_plus/iplus5_2008.pdf)

12) *Delfi AS c. Estonie*, requête n° 64569/09, communiquée le 11 février 2011.

13) Cour européenne des droits de l'homme (Unité de la Presse), *Nouvelles technologies*, Fiche thématique, janvier 2013, p. 3.

la reconnaissance accrue du fait que les libertés journalistiques sont applicables aux acteurs non journalistiques (dans la mesure où ils contribuent au débat public) ; la prise de conscience croissante des spécificités interactives et collaboratives de l'environnement en ligne. Ces tendances existantes et émergentes sont examinées ci-dessous.

(i) *Protection renforcée de la liberté d'expression des médias*

L'importance particulière des médias pour une société démocratique a été soulignée à plusieurs reprises par la Cour. Les médias peuvent apporter une contribution importante au débat public en diffusant (largement) des informations et des idées, contribuant ainsi à la formation des opinions au sein de la société. Reconnu systématiquement par la Cour, ce constat vaut particulièrement pour les médias audiovisuels du fait de leur portée et de leur impact. La Cour a toujours considéré les médias audiovisuels comme étant plus envahissants que la presse écrite, mais elle n'a pas encore défini une ligne politique claire pour les médias en ligne ni, par conséquent, pour le CGU. Les médias peuvent également apporter une contribution importante au débat public en servant de lieux de discussion et de débat. En témoignent tout particulièrement les nouvelles technologies des médias, qui présentent un potentiel considérable de forte participation des groupes et des individus. La troisième caractéristique du CGU, telle qu'identifiée par l'OCDE (création indépendante des pratiques et habitudes professionnelles), mentionne le fait d'« entrer en contact avec des pairs » comme l'un des facteurs de motivation pour la création de CGU en premier lieu. En tant que tel, le CGU peut être considéré comme un moyen important permettant d'atteindre une plus forte participation aux affaires publiques, compte tenu de la centralité de l'interaction basée sur internet dans l'environnement contemporain des communications.

En outre, le rôle de « chien de garde » est très souvent attribué aux médias dans une société démocratique. En d'autres termes, les médias devraient contrôler avec vigilance les activités des autorités gouvernementales et publier tout méfait de leur part. A cet égard, mais aussi plus largement à l'égard affaires d'intérêt public, la Cour réaffirme constamment que : « A [la] fonction [des médias] consistant à [ ] communiquer [des informations et des idées] s'ajoute le droit, pour le public, d'en recevoir »<sup>14</sup>.

Etant donné les fonctions démocratiques importantes que les médias et les journalistes sont amenés à remplir, la jurisprudence de la Cour tend à reconnaître une liberté d'expression accrue aux médias et aux journalistes (par opposition aux personnes ordinaires). Cela concerne également les textes normatifs pertinents adoptés par le Comité des Ministres et l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe<sup>15</sup>. Il est important d'insister sur une liberté d'expression accrue pour les médias et les journalistes car, dans la mesure où le CGU remplit les fonctions démocratiques attribuées aux médias et aux journalistes, il peut être avancé des arguments plausibles permettant aux créateurs de CGU de bénéficier également de cette liberté accrue, ou au moins de certains de ses aspects fonctionnellement pertinents.

Cette liberté accrue comprend la reconnaissance et la protection juridiques de pratiques et de réalités spécifiquement journalistiques : liberté de rapporter et de commenter des faits d'intérêt public ; liberté éditoriale et de présentation (y compris le recours à l'exagération) ; protection des sources d'information et droits relatifs à la propriété intellectuelle. Sur un autre plan, cette liberté accrue comprend également la protection contre la fouille des locaux professionnels et des domiciles

14) *Sunday Times c. Royaume-Uni*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 26 avril 1979, paragraphe 65.

15) Voir en général : Susanne Nikoltchev et Tarlach McGonagle (eds), *Liberté d'expression et médias : l'activité normative du Conseil de l'Europe, (I) Comité des Ministres - IRIS Thèmes* (Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2011), disponible sur : [www.obs.coe.int/oea\\_publ/legal/ebook\\_committeeministers-coe.pdf](http://www.obs.coe.int/oea_publ/legal/ebook_committeeministers-coe.pdf) ; Susanne Nikoltchev et Tarlach McGonagle (eds), *Liberté d'expression et médias : l'activité normative du Conseil de l'Europe, (II) Assemblée parlementaire - IRIS Thèmes* (Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2011), disponible sur : [www.obs.coe.int/oea\\_publ/legal/ebook\\_ParliamentaryAssembly.pdf](http://www.obs.coe.int/oea_publ/legal/ebook_ParliamentaryAssembly.pdf)

privés et contre la saisie de matériel, la protection contre la violence physique et l'intimidation ainsi que divers droits applicables en situation de crise et en temps de guerre.

Ces libertés peuvent être considérées comme propres à la profession et découlant d'un droit plus général à la liberté d'expression. Le droit à la liberté d'expression devant être, de même que tous les droits garantis par la Convention européenne des droits de l'homme, « concret et effectif » et pas simplement « théorique ou illusoire »<sup>16</sup>, il est essentiel que le droit soit interprété d'une manière influencée par les spécificités contextuelles. Dit plus simplement, pour que le droit des journalistes à la liberté d'expression soit effectif dans la pratique, la Cour européenne des droits de l'homme doit l'interpréter d'une manière qui est influencée par les réalités du secteur journalistique/médiatique, telles que la nature périssable des informations et la pression des délais, les menaces et la violence à l'encontre des journalistes visant à les museler, etc. Dans la mesure où les créateurs de CGU remplissent des fonctions similaires à celles des journalistes ou des professionnels des médias, on peut faire valoir qu'ils devraient également bénéficier, *mutatis mutandis*, des libertés dont jouissent leurs homologues professionnels.

Prises dans leur ensemble, ces libertés contribuent à préserver l'autonomie opérationnelle nécessaire à l'accomplissement des missions journalistiques dans une société démocratique. Toutefois, il est attendu des personnes jouissant de ces libertés qu'elles respectent une déontologie et un code de conduite professionnels. En règle générale, ces codes contiennent des dispositions relatives à l'exactitude, à l'équité, à la prévention des stéréotypes, etc. Ils seront discutés plus en détail ci-dessous (II. 1. (ii)). Pour l'instant, il suffit de soulever l'épineuse question de savoir si l'on peut s'attendre à ce que des non-journalistes ou des personnes en dehors du secteur des médias professionnels, en particulier les créateurs individuels de CGU, se conforment aux mêmes normes et valeurs déontologiques que leurs homologues qui ont suivi une formation professionnelle.

Le droit à la liberté d'expression inclut également l'autonomie éditoriale et de présentation pour les professionnels des médias parce que l'article 10 de la CEDH protège « outre la substance des idées et informations exprimées, [ ] leur mode de diffusion »<sup>17</sup>. Comme indiqué par la Cour européenne des droits de l'homme dans l'arrêt célèbre qu'elle a rendu dans l'affaire *Jersild*, il n'appartient pas aux tribunaux « de se substituer à la presse pour dire quelle technique de compte rendu les journalistes doivent adopter »<sup>18</sup>. Le droit à la liberté d'expression, tel qu'appliqué aux médias, inclut clairement la protection de la phase préalable à la publication et des processus de collecte et de sélection des matériaux, comme les recherches et les enquêtes<sup>19</sup>. En effet, toute interférence avec ces processus constitue une menace si sérieuse pour le droit à la liberté d'expression qu'elle appelle de la part de la Cour l'examen le plus scrupuleux<sup>20</sup>.

Dans le contexte du CGU, la phase préalable à la publication susmentionnée est évidemment subordonnée à l'accès à internet. Bloquer un ensemble de sites web entraîne un risque de « censure collatérale » et une telle mesure équivalant à une censure préalable, elle appelle de la part de la Cour l'examen le plus scrupuleux<sup>21</sup>. L'extension de ces principes, et de principes connexes, à l'environnement internet est une étape logique, qui a été récemment franchie par la Cour lorsqu'elle a estimé que le blocage de Google Sites en Turquie constitue une violation du droit à la liberté d'expression<sup>22</sup>. La Cour a noté au passage que l'une des caractéristiques de Google Sites est qu'il permet « de faciliter la création et le partage d'un site web au sein d'un groupe et constitue ainsi un moyen d'exercer la liberté d'expression »<sup>23</sup>. Ces caractéristiques revêtent une importance évidente pour le CGU. De plus, en soulignant le lien qui existe entre, d'une part, liberté d'expression et d'information et, d'autre part, actualité dans un environnement en ligne, la Cour avait également précédemment jugé que :

16) *Airey c. Irlande*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 9 octobre 1979, paragraphe 24.

17) *Oberschlick c. Autriche*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 23 mai 1991, paragraphe 57.

18) *Jersild c. Danemark*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 23 septembre 1994, paragraphe 31.

19) *Dammann c. Suisse*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 25 avril 2006, paragraphe 52.

20) *Ibid.*

21) *Ahmet Yildirim c. Turquie*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 18 décembre 2012, paragraphes 47-55, en particulier paragraphes 47 et 52.

22) *Ibid.*, en particulier paragraphe 50.

23) *Ibid.*, paragraphe 49.



« Grâce à leur accessibilité ainsi qu'à leur capacité à conserver et à diffuser de grandes quantités de données, les sites Internet contribuent grandement à améliorer l'accès du public à l'actualité et, de manière générale, à faciliter la communication de l'information »<sup>24</sup>.

(ii) *Importance croissante accordée au journalisme responsable*

Ces dernières années, la Cour a accordé une importance croissante au respect d'une déontologie et de codes de pratique journalistiques<sup>25</sup>. Elle a expliqué son approche comme suit :

« Ces considérations jouent un rôle particulièrement important de nos jours, vu le pouvoir qu'exercent les médias dans la société moderne, car non seulement ils informent, mais ils peuvent en même temps suggérer, par la façon de présenter les informations, comment les destinataires devraient les apprécier. Dans un monde dans lequel l'individu est confronté à un immense flux d'informations, circulant sur des supports traditionnels ou électroniques et impliquant un nombre d'auteurs toujours croissant, le contrôle du respect de la déontologie journalistique revêt une importance accrue »<sup>26</sup>.

Cependant, la place importante accordée aux pratiques déontologiques a été vertement critiquée comme faisant pencher un équilibre déjà précaire non plus vers la liberté d'expression mais vers la responsabilité. Cette critique est venue de l'intérieur de la Cour sous la forme de virulentes opinions dissidentes<sup>27</sup> ainsi que de spécialistes universitaires reconnus<sup>28</sup>. L'essence de la critique est que le rapprochement des questions juridiques et déontologiques est confus et inadéquat, notamment parce qu'il peut conduire à ce que les pratiques journalistiques prennent plus d'importance que le droit du public à recevoir des informations et le droit des médias à les communiquer.

Bien que la responsabilité constitue clairement une contrepartie légitime pour la liberté accrue dont bénéficient les journalistes, lui accorder une importance indue peut avoir un « effet paralysant » sur le droit à la liberté d'expression<sup>29</sup>. Si, par exemple, il était attendu du nombre croissant d'acteurs exerçant des fonctions semblables à celles des journalistes qu'ils fassent preuve du même niveau de responsabilité, cela pourrait agir comme un frein à l'exercice de leur liberté d'expression.

(iii) *Reconnaissance accrue du fait que les libertés journalistiques sont applicables aux acteurs non journalistiques*

Comme expliqué plus haut, la liberté journalistique peut être considérée comme un corollaire du droit à la liberté d'expression en raison du rôle de chien de garde attribué à la presse. De plus en plus, cependant, cette liberté repose sur la mise à disposition d'un forum de débat public. La capacité des médias à assumer un tel rôle est facilitée par la conception de plus en plus interactive des médias en ligne. La primauté d'un solide débat public dans une société démocratique a également conduit à un autre développement important dans la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme, à savoir la prise de conscience du fait qu'un large éventail d'acteurs peut apporter une contribution viable au débat public. Dans le passé, en raison de leur position dominante dans le secteur des communications, les médias étaient les gardiens ou les modérateurs efficaces du débat public. Les

24) *Times Newspapers Ltd. (Nos 1 et 2) c. Royaume-Uni*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 10 mars 2009, paragraphe 27.

25) Dirk Voorhoof, « Het Europese 'First Amendment' - De Straatsburgse jurisprudentie over artikel 10 EVRM: 2004-2009 (deel 2) », 22 *Mediaforum* 2010-6, p. 186-201, en p. 194-195.

26) *Stoll c. Suisse*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme (Grande Chambre) du 10 décembre 2007, paragraphe 104.

27) *Stoll c. Suisse*, *op. cit.* ; *Guja c. Moldova*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 12 février 2008, *Flux* (n° 6) c. *Moldova*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 29 juillet 2008.

28) Voir en général (et en particulier les articles de Dirk Voorhoof, Mario Oetheimer et Gavin Millar) : *La protection européenne de la liberté d'expression : réflexions sur des évolutions restrictives récentes*, séminaire organisé à la Cour européenne des droits de l'homme, Strasbourg, 10 octobre 2008 ; site web : [www-ircm.u-strasbg.fr/seminaire\\_oct2008/index.htm](http://www-ircm.u-strasbg.fr/seminaire_oct2008/index.htm)

29) *Barthold c. Allemagne*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 25 mars 1985 ; *Goodwin c. Royaume-Uni*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 27 mars 1996.

progrès technologiques ont réduit cette influence/ce contrôle des médias et permis à un plus grand nombre et à une plus grande diversité d'acteurs de participer utilement au débat public<sup>30</sup>.

L'évolution des tendances dans les pratiques de communication de la société a été reconnue par la Cour, par exemple dans l'affaire *Steel & Morris c. Royaume-Uni* dans laquelle elle a jugé que :

« [D]ans une société démocratique, même des petits groupes militants non officiels [...] doivent pouvoir mener leurs activités de manière effective et [...] il existe un net intérêt général à autoriser de tels groupes et les particuliers en dehors du courant dominant à contribuer au débat public par la diffusion d'informations et d'opinions sur des sujets d'intérêt général [...] »<sup>31</sup>.

La Cour a également reconnu la valeur des contributions au débat public des ONG, élargissant dans le même temps la notion de chien de garde public à celle de chien de garde social<sup>32</sup>. Le résultat de cette tendance est une reconnaissance juridique accrue et plus nuancée de la prépondérance du débat public, l'accent étant à nouveau mis sur le contexte démocratique de la société, par opposition à la profession de la personne. La notion de débat public s'en trouve considérablement et convenablement élargie. Cet élargissement a également des conséquences inévitables pour le CGU parce que les participants nouvellement reconnus au débat public peuvent utiliser le CGU comme moyen participatif et ne s'en privent pas.

Dans sa Recommandation n° R (2000) 7 aux Etats membres sur le droit des journalistes de ne pas révéler leurs sources d'information, le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe définit le terme « journaliste » comme désignant : « toute personne physique ou morale pratiquant à titre régulier ou professionnel la collecte et la diffusion d'informations au public par l'intermédiaire de tout moyen de communication de masse ». Cette définition du journaliste reflète un modèle de journalisme qui dominait par le passé. Elle s'oppose clairement aux approches actuellement adoptées par le Comité des Ministres eu égard aux nouveaux médias et à la nature évolutive du journalisme, comme indiqué dans sa recommandation sur une nouvelle conception des médias<sup>33</sup>. L'approche actuelle reconnaît que des acteurs de plus en plus nombreux et variés contribuent au journalisme de différentes manières.

La Cour de justice de l'Union européenne a également opté pour une définition large, indiquant que des activités peuvent être qualifiées d'« activités de journalisme », « si elles ont pour finalité la divulgation au public d'informations, d'opinions ou d'idées, sous quelque moyen de transmission que ce soit ». En outre, « [e]lles ne sont pas réservées aux entreprises de média et peuvent être liées à un but lucratif »<sup>34</sup>. Encore une fois, cette position ouvre la définition traditionnellement restrictive afin d'inclure une gamme plus large et plus diversifiée de participants<sup>35</sup>.

#### (iv) *Prise de conscience croissante des spécificités interactives et collaboratives de l'environnement en ligne*

A ce jour, la Cour européenne des droits de l'homme s'est prononcée clairement sur internet en général<sup>36</sup>, et sur les spécificités de l'environnement des communications en ligne en particulier,

30) Karol Jakubowicz, *Une nouvelle conception des médias ? Contenus et activités liés et apparentés aux médias sur les nouveaux services de communication* (Strasbourg, Conseil de l'Europe, avril 2009).

31) *Steel & Morris c. Royaume-Uni*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 15 février 2005, paragraphe 89.

32) *Vides Aizsardzibas Klubs c. Lettonie*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 27 mai 2004 ; *Társaság a Szabadságjogokért c. Hongrie*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 14 avril 2009 ; *Kenedi c. Hongrie*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 26 mai 2009.

33) *Recommandation CM/Rec(2011)7 du Comité des Ministres aux Etats membres sur une nouvelle conception des médias*, 21 septembre 2011. Voir IRIS 2011-10/4.

34) *Affaire C-73/07, Tietosuojavaltutettu c. Satakunnan Markkinapörssi Oy en Satamedia Oy*, arrêt du 16 décembre 2008, paragraphe 61.

35) Pour une analyse plus approfondie des questions juridiques pertinentes, voir : Anne Flanagan, « Defining 'journalism' in the age of evolving social media: a questionable EU legal test », *International Journal of Law and Information Technology*.

36) T. Murphy et G. Ó Cuinn, « Works in Progress: New Technologies and the European Court of Human Rights », 10(4) *Human Rights Law Review* (2010), p. 601-638, en p. 636 ; Cour européenne des droits de l'homme (Division de la recherche), *Internet: case-law of the European Court of Human Rights* (Strasbourg, Conseil de l'Europe, 2011).

dans un nombre étonnamment limité d'affaires<sup>37</sup>. Elle a mis l'accent sur l'obligation de vigilance des fournisseurs d'accès internet<sup>38</sup>, sur la valeur ajoutée des archives de journaux en ligne à des fins d'information<sup>39</sup> et, fait intéressant, sur les défis que pose l'examen de l'abondance informationnelle présente sur internet<sup>40</sup>. La manière dont la Cour a traité ce dernier point est intéressante :

« L'Internet est certes un outil d'information et de communication qui se distingue particulièrement de la presse écrite, notamment quant à sa capacité à emmagasiner et diffuser l'information. Ce réseau électronique, desservant des milliards d'utilisateurs partout dans le monde, n'est pas et ne sera peut-être jamais soumis aux mêmes règles ni au même contrôle. Assurément, les communications en ligne et leur contenu risquent bien plus que la presse de porter atteinte à l'exercice et à la jouissance des droits et libertés fondamentaux, en particulier du droit au respect de la vie privée. Aussi, la reproduction de matériaux tirés de la presse écrite et celle de matériaux tirés de l'Internet peuvent être soumises à un régime différent. Les règles régissant la reproduction des seconds doivent manifestement être ajustées en fonction des caractéristiques particulières de la technologie de manière à pouvoir assurer la protection et la promotion des droits et libertés en cause.

Néanmoins, compte tenu du rôle joué par l'Internet dans le cadre des activités professionnelles des médias [...] et de son importance dans l'exercice du droit à la liberté d'expression en général [...], la Cour considère que l'absence d'un cadre légal suffisant au niveau interne permettant aux journalistes d'utiliser des informations tirées de l'Internet sans crainte de s'exposer à des sanctions entrave gravement l'exercice par la presse de sa fonction vitale de « chien de garde » [...] »<sup>41</sup>.

La Cour a formulé ces observations dans une affaire impliquant un journal qui, par manque de fonds, « reproduisait souvent des articles et d'autres matériaux tirés de diverses sources publiques, notamment d'Internet »<sup>42</sup>. En bref, la Cour appelle à une remise en cause des principes connus de la liberté et de la régulation des médias dans le vaste contexte global d'internet.

Encore une fois, les conclusions de la Cour mettent l'accent sur les journalistes et les médias professionnels mais, à la lumière de l'interprétation plus large des rôles joués par les journalistes et les médias professionnels, elles sont également pertinentes pour d'autres acteurs. Cette lecture est confirmée par la référence à l'importance d'internet « dans l'exercice du droit à la liberté d'expression en général ». Il ressort clairement du passage cité que la Cour confère aux autorités des Etats la charge d'élaborer un cadre juridique clarifiant les questions telles que la responsabilité, y compris juridique. Il n'apparaît toutefois pas clairement dans quelle mesure un cadre d'autorégulation équivalent pourrait suffire. La Cour a jugé dans un autre cas de jurisprudence que des mécanismes d'autorégulation et de corégulation peuvent suffire, pour autant qu'ils garantissent effectivement les droits et prévoient des recours effectifs en cas de violation des droits<sup>43</sup>.

Cette évolution est timide dans la jurisprudence, mais plus avancée dans d'autres activités normatives. Sans être juridiquement contraignant, un tel travail normatif, notamment celui du Comité des Ministres<sup>44</sup> et de l'Assemblée parlementaire<sup>45</sup> du Conseil de l'Europe, est persuasif au

37) Dirk Voorhoof, « Het Europese 'First Amendment' - De Straatsburgse jurisprudentie over artikel 10 EVRM: 2004-2009 (deel 2) », *Mediaforum* 2010-6, p. 186-201, en p. 195-196 ; Tarlach McGonagle & Kim de Beer, « A brave new media world revisited. Een nog kritischer blik op het nieuwe mediabeleid van de Raad van Europa », *24 Mediaforum* 2012-11/12, p. 338-345.

38) *K.U. c. Finlande*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 2 décembre 2008, paragraphe 49.

39) *Times Newspapers Ltd. (Nos 1 et 2) c. Royaume-Uni*, *op. cit.*, paragraphe 45.

40) *Comité de rédaction de Pravoye Delo & Shtekel c. Ukraine*, arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 5 mai 2011.

41) *Ibid.*, paragraphe 63.

42) *Ibid.*, paragraphe 5.

43) Pour plus d'informations et d'analyses, voir : Hans-Bredow-Institut for Media Research, Université de Hambourg, *Etude sur les mesures de corégulation dans le secteur des médias*, Rapport définitif, Etude réalisée pour la Commission européenne, Direction générale Société de l'information et médias, 2006, p. 147-152.

44) S. Nikoltchev & T. McGonagle (eds), *Liberté d'expression et médias : l'activité normative du Conseil de l'Europe, (I) Comité des Ministres - IRIS Thèmes* (Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2011).

45) S. Nikoltchev & T. McGonagle (eds), *Liberté d'expression et médias : l'activité normative du Conseil de l'Europe, (II) Assemblée parlementaire - IRIS Thèmes* (Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2011).

niveau politique et offre un certain nombre d'avantages par rapport aux approches reposant sur un traité<sup>46</sup> :

- Engagement plus détaillé que dans les traités ;
- Couverture de questions non traitées dans la jurisprudence ;
- Approche dynamique/moderne des questions pertinentes.

Néanmoins, en ce qui concerne le CGU, l'activité normative du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe donne peu de conseils à ce jour. Dans sa Recommandation de 2011 sur une nouvelle conception des médias, sa déclaration de politique phare sur la future évolution de la régulation et de la liberté des médias, les références au CGU sont rares et succinctes<sup>47</sup>. Elles ne permettent pas d'approfondir la question.

Toutefois, dans la dernière avancée notable à cet égard, à savoir l'arrêt rendu le 18 décembre 2012 dans l'affaire *Ahmet Yildirim c. Turquie*, la Cour a finalement reconnu d'une manière très directe l'importance d'internet dans le paysage contemporain des communications :

« l'Internet est aujourd'hui devenu l'un des principaux moyens d'exercice par les individus de leur droit à la liberté d'expression et d'information : on y trouve des outils essentiels de participation aux activités et débats relatifs à des questions politiques ou d'intérêt public »<sup>48</sup>.

Cette reconnaissance accorde clairement une grande importance à la dimension participative de la liberté d'expression, thème qui se retrouve au centre du CGU.

## 2. Régimes réglementaires complémentaires

La section précédente a analysé certains principes existants et en évolution de la liberté d'expression et d'information qui sont pertinents eu égard à la situation juridique du CGU. Mais sa situation juridique n'est pas uniquement déterminée au niveau des principes, elle est également régie par des régimes réglementaires plus concrets sur lesquels porte la présente section.

Il convient de rappeler que, plus tôt dans cet article, quatre types de CGU ont été distingués :

- A. CGU préparé par des utilisateurs puis incorporé dans un contenu produit professionnellement et soumis à un contrôle éditorial ;
- B. CGU à caractère autonome, c'est-à-dire CGU existant parallèlement à un contenu produit professionnellement et soumis à un contrôle éditorial ;
- C. CGU cocréé par des professionnels des médias et des utilisateurs ;
- D. CGU créé et géré sur des réseaux et des forums conçus à ces fins, qui n'est pas incorporé au contenu des médias professionnels.

Cette typologie sera à présent réexaminée et placée dans différents cadres réglementaires qui composent le secteur audiovisuel européen. Le type A est peut-être le cas le plus simple : il relève intégralement de la Directive Services de médias audiovisuels parce que le contrôle éditorial reste entre les mains du fournisseur de services de médias audiovisuels, ainsi que les responsabilités juridique et éditoriale. Le type C relève également souvent de la Directive SMAV, en fonction de la dynamique du processus collaboratif et des termes spécifiques de l'accord de collaboration préalable (entre les professionnels des médias et les créateurs de CGU). Le type B relève généralement de la directive sur le commerce électronique ; le degré de contrôle éditorial par le fournisseur de services de médias audiovisuels (comme en témoigne la nature de la modération éditoriale du CGU sur

46) Tarlach McGonagle & Kim de Beer, « *A brave new media world? Een kritische blik op het nieuwe mediabeleid van de Raad van Europa* », 22 Mediaforum 2010-5, p. 146-156.

47) Recommandation CM/Rec(2011)7 sur une nouvelle conception des médias, 21 septembre 2011, *op. cit.* : paragraphes 26, 32, 33, 68 et 89.

48) Arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 18 décembre 2012, paragraphe 54.

le site web) déterminera s'il peut, ou non, prétendre à l'exonération d'hébergement en vertu de l'article 14 de la directive. Le type D est une catégorie plus ouverte dans laquelle différents régimes réglementaires peuvent s'appliquer, notamment en fonction de la nature du CGU ainsi que de la nature des forums ou des réseaux via lesquels il est fourni ou diffusé. Par exemple, si aucun aspect économique n'affecte le service, la directive sur le commerce électronique ne s'applique généralement pas. Le CGU créé et diffusé par des individus sans aucun motif ou effet économique, par exemple via des réseaux sociaux ou sur divers types de blogs, serait soumis au droit civil et/ou pénal général, selon le cas, et généralement traité au niveau national. Le CGU publié sur les sites web de journaux sera, dans de nombreux cas, régi par les mécanismes d'autorégulation appliqués par le secteur de la presse, et le sera certainement dans la mesure où ces mécanismes comportent des dispositions qui traitent explicitement ou implicitement de la présence en ligne des journaux et du CGU.

L'étendue de la responsabilité juridique peut être influencée par les procédures/contrôles éditoriaux mis en place et suivis. Les systèmes de modération éditoriale des commentaires générés par les utilisateurs et diffusés sur les sites web peuvent prendre plusieurs formes. Des distinctions peuvent, par exemple, être faites entre le filtrage pré-modération, le filtrage post-modération et le filtrage en réaction à la modération<sup>49</sup>. Le filtrage pré-modération a lieu avant la publication ; le filtrage post-modération a lieu après la publication automatique et le filtrage en réaction à la modération est effectué en réponse à des plaintes/demandes portant sur la modification ou la suppression de commentaires générés par les utilisateurs. Par ailleurs, la modération peut être effectuée en interne, sous-traitée (par exemple, à une société professionnelle), par des gestionnaires de la communauté (dans le cas de certaines communautés/commentaires en ligne) ou par des combinaisons de ceux-ci. La modération est souvent partiellement automatisée et partiellement humaine.

### III. Contenu généré par les utilisateurs et actualité

#### 1. Une relation qui se développe

Nous nous intéresserons maintenant à la relation entre CGU et actualité, autrement dit à la façon dont le CGU est utilisé dans le processus de traitement de l'information<sup>50</sup>. Cette relation, elle-même en plein développement, doit être envisagée dans le contexte des changements continus plus généraux que connaissent les processus de traitement de l'information. Les changements continus apportés à la façon dont l'information est collectée, vérifiée, traitée, structurée, publiée et diffusée résultent des progrès technologiques, des pratiques de communication en évolution et de plus en plus actives et interactives ainsi que de l'interprétation révisée de ce que le droit à la liberté d'expression englobe à la lumière de ces évolutions<sup>51</sup>.

Les termes « actualité » et « information » eux-mêmes sont extrêmement difficiles à définir. Déterminer l'intérêt journalistique d'une information a toujours comporté une part de subjectivité, reflétant notamment les préférences éditoriales du média qui, à leur tour, sont façonnées dans une plus ou moins grande mesure par les lecteurs/le public cibles et les influences du propriétaire, politiques et commerciales. Et il est de plus en plus difficile de définir ces termes pour plusieurs raisons : (i) l'ouverture des processus de traitement de l'information institutionnalisés à une plus grande diversité d'acteurs (non professionnels) ; (ii) le renforcement des solutions autres que les processus de traitement de l'information institutionnalisés, et (iii) la diversification des types d'information qui en résulte (mettant nettement l'accent, par exemple, sur la politique ou le divertissement).

49) Annabel Brody, « Pressing times ahead: the evolution of press councils in an age of media convergence », 16 *Communications Law* (n° 3, 2011), p. 106-113, en p. 110.

50) Pour une introduction utile à ce sujet, voir : Josef Trappel et Gunn Sara Enli, « Online Media: Changing Provision of News », dans J. Trappel et al., Eds, *Media in Europe Today* (Bristol/Chicago, Intellect, 2011), p. 97-113.

51) Voir en général : Karol Jakubowicz, *Une nouvelle conception des médias ? Contenus et activités liés et apparentés aux médias sur les nouveaux services de communication* (Strasbourg, Conseil de l'Europe, avril 2009).

*(i) Une plus grande diversité d'acteurs (non professionnels)*

Tout d'abord, la très forte « augmentation du nombre d'acteurs qui façonnent l'actualité dans l'environnement en ligne invite à modifier notre compréhension du lieu de production de l'actualité »<sup>52</sup>. Autrefois forteresse des journalistes professionnels et des médias institutionnalisés, nous avons assisté ces dernières années à des tendances marquées vers une plus grande ouverture et participation aux processus de production de l'information (comme décrit dans les paragraphes suivants). Les pratiques sous-jacentes à ces tendances sont parfois appelées journalisme « mutualisé » ou hybride<sup>53</sup>, à savoir des formes de journalisme qui incorporent ou utilisent autrement le contenu généré par les utilisateurs de différentes manières. Elles comprennent généralement l'externalisation ouverte (*crowdsourcing*) d'histoires et diverses formes de collaboration avec des journalistes citoyens.

Tout cela signifie que l'actualité se caractérise aujourd'hui par sa « fluidité »<sup>54</sup> et l'importance accrue qu'elle accorde aux commentaires et aux réactions. La dynamique de la production d'information va, beaucoup plus que par le passé, au-delà de la présentation/publication d'un article par des médias ou journalistes professionnels. L'implication ultérieure vis-à-vis de l'article publié garantit qu'il continuera à se développer par la suite, comme dans l'exemple fictif des Trois petits cochons. Selon ce raisonnement, les réactions et les commentaires des utilisateurs peuvent être considérés comme partie intégrante de l'information. Cette évolution continue maintient l'information très nettement dans l'un des objectifs instrumentaux sous-jacents de l'information : informer le public afin de faciliter la participation au débat public dans une société démocratique. Il s'agit d'un raisonnement classique pour la liberté d'expression<sup>55</sup>, tel que toujours reconnu et réaffirmé par la Cour européenne des droits de l'homme<sup>56</sup>.

La dynamique post-publication résultant du CGU requiert une plus grande implication que par le passé de la part des institutions et des professionnels des médias de l'information dans leurs reportages. La nécessité d'une vérification pré-publication demeure, mais elle s'accompagne désormais d'un contrôle post-publication et, pour autant que les réactions aux articles sont diffusées sur les sites web, de la modération post-publication de ces réactions. Concrètement, l'implication supplémentaire requise est souvent juridiquement nécessaire, par exemple pour démontrer une approche éditorialement responsable de la modération ou en conjonction avec des obligations d'hébergement, mais elle peut constituer une très lourde charge lorsque le temps et les ressources sont limités.

*(ii) Renforcement des solutions autres que les processus de traitement de l'information institutionnalisés*

Deuxièmement, le secteur de l'actualité, principalement en ligne, est un espace de plus en plus bondé et bruyant. À côté des médias traditionnels, qui ont partiellement migré dans le monde en ligne, émerge une diversité croissante d'autres acteurs de l'information, « nouveaux » ou « né-sur-le-web »<sup>57</sup>. Beaucoup d'entre eux sont qualitativement différents des médias d'information traditionnels. Certains d'entre eux sont très puissants et disposent « d'une marge de manœuvre plus élevée dans le façonnage de l'actualité que les médias écrits et audiovisuels classiques »<sup>58</sup>. Ils incluent les sites agrégateurs d'information, qui fonctionnent sur la base d'algorithmes de recherche ; des fermes dites de contenu, où le contenu est produit par des pigistes ; des sites d'information thématiques, qui sont très ciblés sur les sujets qu'ils couvrent, et d'autres sites qui sont difficiles à classer, comme WikiLeaks, la célèbre initiative collaborative où les dénonciateurs peuvent rendre publiques des informations confidentielles sous couvert d'anonymat.

---

52) Pablo J. Boczkowski, *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers* (Cambridge, Massachusetts, etc., The MIT Press, 2004), p. 184.

53) Alan Rusbridger, « The splintering of the fourth estate », *The Guardian*, 19 novembre 2010.

54) Voir en général : Michael Karlsson, « Charting the liquidity of online news: Moving towards a method for content analysis of online news », *74 International Communication Gazette* (n° 4, 2012), p. 385-402.

55) Eric Barendt, *Freedom of Speech* (2<sup>e</sup> Ed.) (New York, Oxford University Press, 2005), p. 6-23.

56) Voir en général, les articles consacrés par Dirk Voorhoof dans *IRIS* à la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme et portant sur le droit à la liberté d'expression.

57) Pablo J. Boczkowski, *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, *op. cit.*, p. 174.

58) *Ibid.*, p. 172.

Robin Foster a utilement regroupé ces « intermédiaires numériques » en quatre grandes catégories : « agrégateurs d'information comme Yahoo, moteurs de recherche comme Google, médias sociaux comme Facebook et boutiques/appareils numériques comme Apple », tout en soulignant que cette catégorisation n'est pas étanche : certains d'entre eux opèrent dans plusieurs domaines<sup>59</sup>. Tous ces intermédiaires déplacent le contenu des fournisseurs aux utilisateurs. Robin Foster mentionne une étude récente pour souligner l'importance de cette tendance croissante : « 30 % des utilisateurs d'actualité en ligne utilisent des moteurs de recherche comme l'un des principaux moyens d'accès à l'information, 22 % utilisent des agrégateurs d'information et 20 % utilisent les médias sociaux »<sup>60</sup>.

A côté de ces influents intermédiaires numériques, d'autres acteurs plus petits, souvent individuels, assument également des rôles de plus en plus pertinents dans l'obtention et la production d'information : les journalistes citoyens<sup>61</sup> et les blogueurs, par exemple. Bien sûr, tous les blogs n'ont pas de fins informationnelles qui sont pertinentes pour le traitement de l'information et tous les blogs n'ont pas pour ambition de produire ou autrement fournir un contenu digne d'être publié. De nombreux blogs sont personnels et, en tant que tels, ciblent les réseaux personnels et les communautés d'intérêt. Il est donc important de ne pas mettre tous les blogs dans le même panier, sans distinction entre eux. Même parmi les blogs qui contribuent aux processus de traitement de l'information, des typologies plus spécifiques peuvent être utiles pour préciser davantage la nature de leur contribution au traitement de l'information, par exemple, distinguer blogs de médias, blogs de journalistes, blogs de membres de publics et blogs de citoyens<sup>62</sup>. La sous-catégorie « blog de garde » (par analogie à l'expression anglaise *public watchdog*, chien de garde) a même été proposée pour qualifier les blogs qui assument le rôle de chien de garde traditionnellement joué par les journalistes et les médias institutionnalisés<sup>63</sup>.

Ces acteurs, qu'il s'agisse de journalistes citoyens, de blogueurs ou autres, n'auront souvent pas les mêmes formation professionnelle, engagement déontologique ou obligations juridiques que les professionnels de l'information travaillant pour des médias institutionnalisés, en particulier dans le secteur de l'audiovisuel. Il s'ensuit des asymétries dans les processus de production de l'information, ainsi que la fragmentation de l'écologie des médias d'information. Ces évolutions rendent « toute tentative visant à imposer des normes professionnelles partagées pratiquement impossible », comme noté par Paolo Mancini<sup>64</sup>. En outre, l'« identité professionnelle des journalistes traditionnels devient floue alors que plusieurs nouvelles figures diffusent l'information, s'expriment sur le web et mélangent mobilisation et information », ajoute-t-il<sup>65</sup>.

Les prévisions sur l'avenir d'internet abondent : depuis des observations et des spéculations sur le Web 3.0/le web sémantique et au-delà, jusqu'à l'idée que le web est appelé à devenir obsolète, que le « web basé sur l'espace que nous avons actuellement sera progressivement remplacé par un flux mondial basé sur le temps », c'est-à-dire, « un flux de messagerie en temps réel, hétérogène, à contenu consultable » qui est déjà « arrivé sous la forme de billets de blog et de flux RSS, Twitter et autres flux de conversation, ainsi que Murs (*walls*) et Journaux (*timelines*) Facebook »<sup>66</sup>. Quelle que soit la réalité future, il est certain que les processus de traitement de l'information devront continuer à s'adapter en conséquence.

---

59) Robin Foster, *News Plurality in a Digital World* (Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2012), p. 6.

60) *Ibid.*, citant Nic Newman, Ed., *Reuters Institute Digital News Report 2012* (Oxford, RISJ, 2012).

61) Voir également : Nadine Jurrat, « Citizen Journalism and the Internet », Mapping Digital Media Reference Series No. 4, Open Society Media Program, avril 2011.

62) David Domingo et Ari Heinonen, « Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries », 29 *Nordicom Review* 2008-1, p. 3-15, en p. 7 et seq.

63) Michiel Oosterveld et Manon Oostveen, « Van public watchdog naar public watchblog: het EHRM en journalistieke blogs », document de recherche non publié rédigé sous la supervision de l'auteur du présent article dans le cadre d'un travail de groupe pour le programme de master de recherche *Informatierecht*, Faculté de droit, Université d'Amsterdam, 2012 (document entre les mains de l'auteur).

64) Paolo Mancini, « What Scholars Can Learn from the Crisis of Journalism », *International Journal of Communication* (n° 7, 2013), 127-136, en p. 134.

65) *Ibid.*

66) David Gelernter, « The End of the Web, Search, and Computer as We Know It », *Wired*, 2 février 2013, disponible sur : [www.wired.com/opinion/2013/02/the-end-of-the-web-computers-and-search-as-we-know-it/](http://www.wired.com/opinion/2013/02/the-end-of-the-web-computers-and-search-as-we-know-it/)

(iii) *Diversification des types d'actualité*

Troisièmement, la montée de l'infodivertissement, de la célébrité, du monde du spectacle et d'autres formes d'information magazine (*soft news*) et le statut élevé que ces types d'« information » accordent aux potins et aux rumeurs, marquent une rupture avec les fonctions démocratiques de l'actualité (*hard news*). En tant que tel, l'infodivertissement et l'information magazine ne peuvent s'attendre à bénéficier du même niveau accru de liberté d'expression que l'actualité qui joue un rôle instrumental évident dans une société démocratique. Cette distinction a été reconnue par la Cour européenne des droits de l'homme, notamment dans l'affaire *Mosley c. Royaume-Uni*<sup>67</sup> et dans l'affaire *Caroline von Hannover c. Allemagne (n° 1 et 2)*<sup>68</sup>.

En raison de ces changements contextuels, le rôle des médias institutionnalisés est, à son tour, passé de celui de gardien à celui de « garde-fou »<sup>69</sup>, ce qui suggère une politique d'admission plus souple eu égard au contenu produit à l'extérieur. Cela suggère également une posture tournée vers l'extérieur, basée sur l'observation et consciente de ce qui se passe derrière la porte. Ainsi, la disponibilité de CGU, y compris sur les réseaux sociaux semi-publics, est régulièrement et souvent systématiquement contrôlée et étudiée sous l'angle de sa pertinence à des fins d'incorporation dans du contenu produit par des professionnels<sup>70</sup>.

Ce changement de rôle a également été décrit comme correspondant au passage du rôle de contrôleur d'accès à celui d'animateur, ce qui suggère à nouveau une pratique plus décontractée et personnelle que par le passé. Ceci implique une interaction plus large avec les utilisateurs, entraînant une augmentation de la « narration non linéaire »<sup>71</sup> et la de-formalisation des processus de production. La nature du traitement de l'information peut en effet se transformer en une longue conversation continue non seulement entre le journaliste et le public, mais aussi entre leurs sources (journalisme à « trois voies »)<sup>72</sup>.

## 2. Potentiel de transformation

Les processus de traitement de l'information qui ont un caractère ouvert et participatif bénéficient de nombreux avantages : un sens plus aigu des intérêts, priorités et avis de leurs utilisateurs, les structures et processus nécessaires pour puiser dans de vastes réserves d'information et des connaissances spécialisées. Cette poussée du reportage et du commentaire d'actualité ascendant, dont le CGU est la pièce maîtresse, peut améliorer la diversité et la multiplicité des voix participant au processus de traitement de l'information<sup>73</sup>. Le dramaturge Arthur Miller a dit avec esprit qu'un bon journal, c'est une nation qui se parle à elle-même. Cette observation s'applique également à d'autres médias, en particulier à ceux qui ont une mission de service public. Le renforcement de l'interaction et de la collaboration entre les professionnels et les utilisateurs améliore la cohérence de leur relation. Une approche du reportage d'actualité davantage centrée sur l'utilisateur peut également être persuasive lorsqu'il s'agit d'attirer des recettes publicitaires dans la mesure où les annonceurs cherchent des publics spécifiques.

67) *Mosley c. Royaume-Uni*, Cour européenne des droits de l'homme (Quatrième Section), arrêt du 10 mai 2011.

68) *Von Hannover c. Allemagne (n° 1)*, Cour européenne des droits de l'homme (Troisième Section), arrêt du 24 juin 2004 ; *Von Hannover c. Allemagne (n° 2)*, Cour européenne des droits de l'homme (Grande Chambre), arrêt du 7 février 2012.

69) Josef Trappel et Gunn Sara Enli, « Online Media: Changing Provision of News », dans J. Trappel *et al.*, Eds, *Media in Europe Today* (Bristol/Chicago, Intellect, 2011), p. 97-113, en p. 105 (après Axel Bruns, *Gatewatching: Collaborative Online News Production* (New York, Peter Lang, 2005)).

70) Voir également : Paul Bradshaw, « Social Media and News », Mapping Digital Media Reference Series No. 15, Open Society Media Program, novembre 2011.

71) Pablo J. Boczkowski, *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers* (Cambridge, Massachusetts, etc., The MIT Press, 2004), p. 5.

72) Joris Luyendijk, « Thinking Beyond the Box », 6 *International Journal of Communication* (2012), p. 2919-2922, en p. 2921.

73) Voir également : Robin Foster, *News Plurality in a Digital World*, *op. cit.*



Lorsque l'on considère la valeur ajoutée potentielle du CGU dans le cadre des objectifs et des processus du traitement de l'information, il est généralement insisté sur la valeur ajoutée du CGU pour les processus. On oublie parfois qu'il peut aussi y avoir une valeur ajoutée importante pour les créateurs de CGU : l'intégration de CGU dans des médias institutionnalisés, bien établis, engendre une plus grande exposition pour le CGU et réduit le risque de se perdre dans « une tempête de contenu »<sup>74</sup>. En d'autres termes, les créateurs de CGU bénéficient de la forteresse que représentent les médias institutionnalisés bien établis.

### 3. Pratique limitée

Malgré les avantages potentiels que peut représenter l'incorporation de CGU pour le processus de traitement de l'information, il a été noté un certain scepticisme, voire de la résistance, de la part des salles de rédaction et des journalistes à l'égard du CGU<sup>75</sup>. Cela s'inscrit dans une tendance plus générale d'hostilité envers la participation du public aux processus journalistiques ou de traitement de l'information<sup>76</sup>. Les professionnels des médias sont bien connus pour toujours défendre leur autonomie sectorielle et ses mécanismes d'autorégulation. Il n'est peut-être pas surprenant, alors, que de nouveaux acteurs de l'information actifs, souvent avec succès, en dehors des paramètres institutionnels et déontologiques qui définissent traditionnellement le secteur des médias, soient parfois considérés comme des adversaires par les professionnels des médias.

La tendance à un traitement de l'information plus ouvert et plus participatif engendre des réactions allant de l'adoption inconditionnelle de la sagesse des foules au rejet de l'ignorance des masses, sans parler d'appels à « la revanche des experts ». Il existe une tension palpable entre les perceptions contradictoires de « nivellement par le bas » et « démocratisation » de l'actualité<sup>77</sup>.

Une autre explication évidente de l'usage limité du CGU dans la pratique est le calcul coût-bénéfice, qui est en partie influencé par le scepticisme des journalistes eu égard à la valeur ajoutée du CGU à des fins d'information. Jackie Harrison a noté que « la modération comme forme de contrôle de l'accès au CGU s'est avérée être l'un des éléments les plus chronophages et mobilisateurs de ressources du phénomène généré par les utilisateurs »<sup>78</sup>. Bien que son observation ait été spécifiquement déduite d'une étude qu'elle a menée sur l'utilisation par la BBC du CGU, sa pertinence n'est en aucun cas limitée à l'expérience de la BBC. Jackie Harrison résume parfaitement l'investissement considérable nécessaire pour modérer le CGU (encore une fois, dans le contexte de la BBC mais, malgré certaines particularités éditoriales de la BBC, sa pertinence s'étend au-delà de l'immédiate étude de cas) :

« Compte tenu de l'importance de la modération, il est évident que le CGU n'est pas une option bon marché pour la BBC et qu'il ne le sera jamais. Les règles d'impartialité de la BBC ne permettent pas qu'un point de vue partisan domine et, en conséquence, le CGU est considéré comme nécessitant un examen minutieux (parfois juridique et toujours éditorial et journalistique), exercice qui est à la fois coûteux en travail et en argent. Pour ajouter à cette dépense, le CGU est également concerné par : le site web « Have Your Say » ; les licences Creative Commons ; les « archives de la création » ouvertes de la BBC ; les paiements pour contenu reçu ; les conférences et la formation ; l'accès au site d'actualité classique ; le soutien et la sollicitation pour l'engagement du public »<sup>79</sup>.

74) Lorna Woods, « User Generated Content: Freedom of Expression and the Role of the Media in a Digital Age », *op. cit.*, p. 141.

75) Voir, par exemple, Jackie Harrison, « Freedom of Expression: the BBC and User Generated Content », *op. cit.*, et Pablo Boczkowski, *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, *op. cit.*

76) Henrik Örnebring, « Anything you can do, I can do better? Professional journalists on citizen journalism in six European countries », *75 International Communication Gazette* (n° 1, 2013), p. 35-53.

77) Media, Entertainment and Arts Alliance, *Journalism at the Speed of Bytes – Australian Newspapers in the 21<sup>st</sup> Century* (Australia, 2012), p. 27-28.

78) Jackie Harrison, « Freedom of Expression: the BBC and User Generated Content », dans Merris Amos, Jackie Harrison & Lorna Woods, Eds., *Freedom of Expression and the Media* (Leiden/Boston, Martinus Nijhoff Publishers, 2012), p. 169-187, en p. 178.

79) *Ibid.*

Si certaines sections des médias traditionnels suscitent actuellement beaucoup de méfiance et souffrent d'une opinion publique négative en conséquence du scandale engendré par le piratage téléphonique de *News of the World* et de l'enquête Leveson<sup>80</sup> ainsi que du rapport connexe<sup>81</sup>, le CGU n'a pas pour autant échappé à un examen critique. Un manque de confiance dans les processus d'obtention et de production et dans la déontologie du CGU est une autre raison expliquant son adoption limitée dans la pratique.

En raison du recours généralisé au pseudonymat ou à l'anonymat ainsi que du manque de transparence dans le processus de traitement de l'information, le CGU soulève souvent des problèmes de crédibilité. Le blog « Gay Girl in Damascus » a été une affaire très médiatisée illustrant ce propos. Ce blog bien suivi, prétendument écrit par Amina Abdallah Araf al Omari, lesbienne féministe de Damas, décrivait ses expériences quotidiennes, romantiques et politiques, avec en arrière-plan la montée des troubles en Syrie. Il détaillait son existence clandestine à la suite d'une tentative d'arrestation par les forces de sécurité syriennes et a même annoncé son enlèvement (via un billet prétendument signé par une cousine). Mais le blog s'est révélé être un canular. Il avait été créé et était géré par un certain Tom MacMaster, « américain de 40 ans, militant de la cause démocratique au Moyen-Orient et étudiant en master à l'Université d'Edimbourg »<sup>82</sup>.

Les détails de l'histoire ont été expliqués très clairement par *The Guardian*. Le canular était si convaincant que des journalistes, des blogueurs et des militants avaient contacté Amina et entretenu avec elle une correspondance par courrier électronique ; beaucoup d'entre eux ont également essayé de la rencontrer (en vain). Une femme a même cru avoir une relation avec elle. La sécurité d'Amina était source de préoccupation et l'annonce de son enlèvement a suscité un grand émoi.

Mais cette histoire compte encore plus de rebondissements si l'on s'intéresse à la manière dont le CGU a joué un rôle important dans la déconstruction de la supercherie et le façonnage de l'histoire. Le canular a été révélé grâce à de multiples enquêtes et vérifications effectuées par une « armée de blogueurs, de journalistes et autres » qui ont tracé les billets du blog jusqu'à différentes adresses IP enregistrées au nom de Tom MacMaster et de sa femme, ont comparé ses photos sur un site de partage de photos avec celles envoyées dans des courriers électroniques privés par Amina, etc. Autrement dit, l'examen par les pairs a invalidé le blog. La vague de preuves concordantes pointant vers la fausse identité a poussé Tom MacMaster à admettre qu'il était le véritable auteur du blog. Pourtant, il n'a pas réellement montré de remords : « Bien que la voix narrative ait pu être fictive, les faits relatés sur ce blog sont vrais et non trompeurs quant à la situation sur le terrain » et a affirmé, entre autres choses, avoir prouvé la superficialité de la couverture du Moyen-Orient. Sans surprise, les révélations de Tom MacMaster ont amené de nombreux acteurs à produire du CGU.

En bas de l'article de *The Guardian*, un commentaire éditorial scrupuleux a été ajouté : « Aucune photographie positivement identifiée de Tom MacMaster n'étant disponible, la photographie illustrant cet article a été modifiée le lundi 13 juin ». Le commentaire suggère que *The Guardian* a trouvé des photos de Tom MacMaster en ligne (peut-être sur des réseaux sociaux), mais compte tenu de la rigueur de ses directives éditoriales, il n'a pas pu établir avec certitude que la personne représentée était le Tom MacMaster en question. Certes, pour une histoire comme celle-ci, *The Guardian* ne pouvait se permettre de prendre aucun raccourci éditorial ou déontologique.

Cet exemple démontre parfaitement la façon dont le CGU peut aussi bien créer la confiance que la briser.

---

80) Voir : [www.levesoninquiry.org.uk/](http://www.levesoninquiry.org.uk/)

81) « The Report into the Culture, Practices and Ethics of the Press », *The Leveson Inquiry*, 29 novembre 2012, disponible sur : [www.levesoninquiry.org.uk/about/the-report/](http://www.levesoninquiry.org.uk/about/the-report/) . Pour des analyses et commentaires d'experts, voir notamment le blog LSE Media Policy Project : <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/category/phone-hacking/> and IRIS 2013-2/29.

82) Esther Addley, « Syrian lesbian blogger is revealed conclusively to be a married man », *The Guardian*, 13 juin 2011, disponible sur : [www.guardian.co.uk/world/2011/jun/13/syrian-lesbian-blogger-tom-macmaster](http://www.guardian.co.uk/world/2011/jun/13/syrian-lesbian-blogger-tom-macmaster)

#### 4. Perspectives

Bien qu'une grande partie du potentiel du CGU à des fins d'information reste inexploitée, diverses initiatives intéressantes visant à favoriser son adoption sont en cours, notamment : (i) les stratégies de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) pour la promotion de l'éducation aux médias ; (ii) la politique de listes de diffusion ouvertes de *The Guardian* et (iii) la politique d'archives ouvertes d'*Al Jazeera*.

##### (i) Les initiatives pour l'éducation aux médias de l'UER

Comme susmentionné, l'éducation aux médias, au sens où on l'entend communément, met fortement l'accent sur la création de contenu par les individus. L'UER considère la promotion de l'éducation aux médias comme un objectif devant être normalement poursuivi par les médias/radiodiffuseurs de service public. Elle a organisé ses Principes sur l'éducation aux médias selon trois axes principaux : « [r]éduire la fracture numérique », « informer et former les citoyens à la démocratie », et « créer un espace protégé »<sup>83</sup>. Les efforts actuels de l'organisation en matière de promotion de l'éducation aux médias incluent la mise en valeur des meilleures pratiques pertinentes élaborées par ses membres. Dans la section pertinente du site web de l'UER, plusieurs de ces pratiques ont été utilement sélectionnées, détaillées et regroupées en catégories, notamment : « Encourager la participation en ligne », « Plateforme d'expression » et « Faciliter l'interaction et la créativité »<sup>84</sup>. Chacune de ces catégories représente des dimensions importantes du phénomène CGU. Lors du Forum sur l'éducation aux médias organisé par l'UER en mars 2012, il a été annoncé que l'UER explorera la possibilité de développer une boîte à outils sur l'éducation aux médias pour aider à promouvoir cette dernière à travers des mesures concrètes.

##### (ii) La politique de listes de diffusion ouvertes de *The Guardian*

*The Guardian* a innové en matière de pratique de l'externalisation ouverte de l'actualité. En 2011, il a ouvert ses listes de diffusion au public « afin que vous puissiez nous aider à faire l'actualité »<sup>85</sup>. Cette décision était motivée par le constat que les lecteurs peuvent aider les rédactions à déterminer dans quelles histoires « il vaut la peine d'investir des ressources précieuses » et à aider à faire et à façonner l'information en complétant les lacunes des connaissances et de l'expertise des journalistes. Il s'agit d'un changement radical dans un secteur où les scoops sont extrêmement prisés et les détails des histoires jalousement gardés des pairs. Sa radicalité est à peine affectée par le fait que les histoires exclusives et le contenu soumis à embargo ne sont pas inclus. Et en annonçant l'initiative, le journal s'est livré à une sorte de gestion des attentes : « Ce que nous ne ferons pas, c'est renoncer à notre droit d'exercer notre propre jugement sur quelles histoires sont importantes, ou prêter attention au harcèlement des gens des relations publiques, mais nous pensons que ça vaut la peine d'écouter nos lecteurs ». Cette déclaration est révélatrice d'une tension largement ressentie dans les rédactions où l'enthousiasme à embrasser des méthodes d'enquête et de reportage participatives et améliorées par la technologie s'oppose à la réticence à abandonner le contrôle éditorial sur le processus de traitement de l'information.

L'externalisation ouverte gagne un nombre croissant de domaines : le financement de la production audiovisuelle (en particulier des films) ; la production de musique et d'actualité, comme dans l'exemple ci-dessus de *The Guardian*. Il a été spéculé que, à l'avenir, le public pourrait exiger de plus en plus que les entreprises de médias adoptent des modèles d'externalisation ouverte, par exemple les stations de radio décidant quelle musique doit être diffusée et les radiodiffuseurs de service public décidant quels types de programmes doivent être financés.

83) Citoyenneté et éducation aux médias : le rôle des médias de service public, Point de vue de l'UER 1 (3 fév. 2012), [http://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Knowledge/Initiatives%20-%20Policy/Topical%20Issues/Media%20Literacy/Viewpoint\\_2011\\_EN\\_Media\\_literacy.pdf](http://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Knowledge/Initiatives%20-%20Policy/Topical%20Issues/Media%20Literacy/Viewpoint_2011_EN_Media_literacy.pdf)

84) Voir : <http://www3.ebu.ch/cms/en/sites/ebu/contents/policies/eu---policy/public-affairs-and-legal-issues/media-literacy-1.html>

85) Dan Roberts, « The Guardian is opening up its newlists so you can help us make news », *The Guardian*, 9 octobre 2011, disponible sur : [www.guardian.co.uk/media/2011/oct/09/the-guardian-newlists-opening-up](http://www.guardian.co.uk/media/2011/oct/09/the-guardian-newlists-opening-up). La liste de diffusion ouverte de *The Guardian* peut être consultée sur : [www.guardian.co.uk/news/series/open-newlist?INTCMP=SRCH](http://www.guardian.co.uk/news/series/open-newlist?INTCMP=SRCH)

*(iii) La politique d'archives ouvertes d'Al Jazeera*

Ce processus collaboratif impliquant les médias audiovisuels et le public peut être favorisé de plusieurs façons. Une initiative très médiatisée a été développée par *Al Jazeera* en 2009<sup>86</sup>. Il s'agit de rendre « disponible du matériel vidéo sous une licence *Creative Commons* pour permettre aux utilisateurs commerciaux et amateurs de partager, modifier, sous-titrer et citer des séquences vidéo d'Al Jazeera ». Certaines séquences avaient été exclusivement préparées par Al Jazeera et couvraient des histoires pour lesquelles les séquences disponibles étaient rares.

Une initiative semblable, mais plus ancienne, a été prise par la BBC sous la forme de son projet *Creative Archive Pilot* (2005-2006) et selon le site web, le groupe *Creative Archive Licence* (qui supervisait le projet) « continue de réfléchir à l'utilisation possible du programme »<sup>87</sup>. Le slogan du projet était « Find it. Rip it. Mix it. Share it. Come and get it » (Trouvez-le. Extrayez-le. Mélangez-le. Partagez-le. Venez le chercher) : instructions/objectifs qui contribuent fondamentalement à la stimulation du CGU. La *Creative Archive Licence* impliquait cinq règles : pas d'utilisation commerciale, partage à l'identique, mention du crédit, pas de caution et réservé au Royaume-Uni.

## Conclusions

« L'avenir est mutualisé », nous dit Alan Rusbridger, rédacteur en chef de *The Guardian*, « mais nous aurons besoin d'aide, du gouvernement entre autre, pour y arriver »<sup>88</sup>. Le rapport Leveson sera un moment décisif pour l'avenir de la liberté et de la régulation des médias, et pas seulement au Royaume-Uni car il aura des répercussions dans d'autres pays. L'avenir de la liberté et de la régulation des médias est inextricablement lié à l'avenir de la liberté et de la régulation d'autres acteurs participant au débat public, à travers le CGU ou toute forme de média, institutionnalisé ou non, professionnel ou non. Tout ralliement réglementaire à l'appel d'Alan Rusbridger devra être parfaitement conscient de la pertinence du CGU, de toutes les formes de médias et de toutes les formes d'acteurs participant au débat public, ainsi que des similitudes et des différences entre leurs positions juridiques respectives, et tenir compte de cette pertinence.

Cet article visait à donner un aperçu, résumé et exploratoire, du rythme et de la nature des changements en cours dans les processus de traitement de l'information dans un environnement en ligne, en accordant une attention particulière au rôle et à l'incidence du CGU dans et sur la dynamique de mutualisation. Il a cherché à présenter brièvement quelques-unes des questions juridiques soulevées ainsi que la manière dont elles affectent les cadres réglementaires qui façonnent le secteur audiovisuel européen. Il a commencé par préciser le terme, CGU, et le comparer aux autres caractéristiques et jargon de l'ouverture du traitement de l'information à un plus large éventail d'acteurs. Il a poursuivi en examinant l'évolution très importante en cours de la façon dont le droit à la liberté d'expression et d'information est appliqué aux processus de traitement de l'information sur internet et en ligne par la Cour européenne des droits de l'homme. Il est ensuite passé des principes à un niveau moins abstrait : celui des cadres européens de régulation des communications, la Directive Services de médias audiovisuels et la directive sur le commerce électronique.

Il s'agissait de la limite de l'ambition de cet article. Au fil des ans, deux des grandes forces de la série *IRIS plus* ont été, tout d'abord, d'aborder les questions émergentes dans le droit de l'audiovisuel européen et, deuxièmement, de les revisiter en temps opportun, à la lumière de l'expérience accumulée ou d'un changement de perceptions. Le présent article espère avoir posé les bases pour qu'un futur article *IRIS plus* revisite son thème central à partir d'autres points de vue, comme une analyse plus détaillée de la typologie CGU proposée dans le cadre réglementaire de l'Union européenne, en particulier en fonction des développements survenus dans la jurisprudence et la législation nationale au sujet du rôle du CGU dans les processus de traitement de l'information dans le secteur audiovisuel.

86) Al Jazeera: *About the Repository*, disponible sur: <http://cc.aljazeera.net/content/about-repository>

87) Pour un aperçu, voir : [www.bbc.co.uk/creativearchive/](http://www.bbc.co.uk/creativearchive/).

88) Alan Rusbridger, « The Future is Mutualized », 48 *Columbia Journalism Review* (n° 4, novembre/décembre 2009), p. 52.

# La liberté d'expression en ligne

La liberté de s'exprimer n'est plus un droit principalement exercé par l'intermédiaire de mots prononcés ou imprimés ou de formes d'expression traditionnelles comparables utilisant les médias ; il s'agit aussi d'un droit dont l'utilisation est « passée en ligne » et devenue de plus en plus interactive.

Par conséquent, les organismes de normalisation tels que le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe nous indiquent comment protéger ce droit dans son nouvel environnement en ligne. A cette fin, le premier article sur les « normes » de cette rubrique Reportages résume la déclaration connexe du Comité des Ministres. Dans le même contexte en ligne, un deuxième article souligne un danger potentiel lié aux limitations injustifiées imposées à la liberté d'expression, qui pourrait se matérialiser si le règlement proposé pour les portails internet, les sites web et les blogs devait être adopté dans « l'ex-République yougoslave de Macédoine ». Une question spécifique concernant l'exercice en ligne et hors ligne de la liberté d'expression est traitée par les lignes directrices de Malte sur l'obligation d'impartialité. Elles décrivent les normes professionnelles à appliquer aux informations, aux émissions d'actualité et aux programmes traitant de questions controversées.

Les deux articles suivants explorent certains angles spécifiques de la relation entre les réseaux sociaux et les services de médias audiovisuels. Ils fixent des repères initiaux sur la façon dont les radiodiffuseurs peuvent ou ne peuvent pas utiliser ces réseaux pour fournir des services. Alors qu'en Autriche, une loi spécifique interdit à l'ORF de coopérer avec Facebook, le régulateur français vient d'autoriser le référencement des réseaux sociaux par nom dans certaines circonstances, pratique autrefois interdite pour cause de publicité clandestine.

Les deux derniers articles concernent la question de la responsabilité pour, d'une part, le contenu d'un reportage télévisé faisant partie d'une vidéo YouTube intégrée au site et, d'autre part, un tweet non vérifié diffusé à la télévision avec des conséquences majeures sur une élection présidentielle. Ces exemples illustrent non seulement à quel degré les médias hors et en ligne s'impliquent dans le partage de contenu mais aussi à quel point il est devenu difficile d'équilibrer les différentes libertés fondamentales.

## Standards

### Comité des Ministres

#### La liberté d'expression et la liberté de réunion et d'association en ligne continuent à faire l'objet d'une attention particulière

*Tarlach McGonagle*

*Institut du droit de l'information (IViR), Université d'Amsterdam*

Le 7 décembre 2011, le Comité des Ministres (CM) du Conseil de l'Europe a adopté une Déclaration sur la protection de la liberté d'expression et de la liberté de réunion et d'association en ce qui concerne les plateformes internet gérées par des exploitants privés et les prestataires de services en ligne. Cette déclaration fait suite à l'adoption par le CM, en septembre 2011, de la Déclaration sur la protection de la liberté d'expression et d'information et de la liberté de réunion et d'association en ce qui concerne les noms de domaine d'internet et les chaînes de noms (voir IRIS 2011-10/6).

La déclaration commence en soulignant l'importance du droit à la liberté d'expression et d'information (et son corollaire la liberté des médias) et du droit à la liberté de réunion et d'association, indispensables à une société démocratique (paragraphe 1). Ces droits sont garantis, respectivement, par les articles 10 et 11 de la Convention européenne des droits de l'homme (ci-après, « la Convention »).

La déclaration met l'accent sur la nécessité de sauvegarder ces droits dans un environnement en ligne car la population compte de plus en plus sur « les réseaux sociaux, les sites de blog et tous les autres moyens de communication de masse » pour obtenir des informations, communiquer, s'associer les uns avec les autres, etc. (paragraphe 2). La déclaration relève que « ces plateformes deviennent partie intégrante du nouvel écosystème médiatique » et, même si elles sont gérées par des exploitants privés, « elles occupent une place significative dans la sphère publique en facilitant les débats sur des questions d'intérêt public ; dans certains cas, elles peuvent, à l'instar des médias traditionnels, jouer un rôle de « chiens de garde » social et elles ont démontré leur utilité en produisant des changements positifs dans le monde réel » (paragraphe 2).

La déclaration explique ensuite brièvement les menaces qui pèsent sur la liberté d'expression en ligne en raison, d'une part, des influences ou des pressions politiques sur les acteurs des nouveaux médias (paragraphe 3) et, d'autre part, des « attaques par déni de service distribué contre les sites internet de médias indépendants, de défenseurs des droits de l'homme, de dissidents, de donneurs d'alerte et d'autres acteurs des nouveaux médias » (paragraphe 4).

Si l'on prend en considération, d'une part, le rôle essentiel des plateformes internet gérées par des exploitants privés et des prestataires de services en ligne pour la sauvegarde de la liberté d'expression, de réunion et d'association en ligne et, d'autre part, comme cela a été mentionné précédemment, les pressions et influences qui menacent ces acteurs des nouveaux médias, la déclaration souhaite prendre position en leur nom. Elle le fait en soulignant l'importance des articles 10 et 11 de la Convention qui agissent comme un bouclier contre « (les) pressions politiques exercées sur des plateformes internet gérées par des exploitants privés et des prestataires de services en ligne, ainsi que d'autres attaques contre des sites de médias indépendants, de défenseurs des droits de l'homme, de dissidents, de donneurs d'alerte et d'acteurs de nouveaux médias » (paragraphe 7).

- Déclaration du Comité des Ministres sur la protection de la liberté d'expression et de la liberté de réunion et d'association en ce qui concerne les plateformes internet gérées par des exploitants privés et les prestataires de services en ligne, 7 décembre 2011  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=15644>

## « l'ex-République yougoslave de Macédoine »

### Dépénalisation de la calomnie et de la diffamation

*Borce Manevski*

*Consultant indépendant en matière de médias et de relations publiques*

Après des années de débats entre des journalistes professionnels, des ONG, des experts juridiques et des représentants du Gouvernement, et avec le soutien du Conseil de l'Europe, le projet de loi relative à la responsabilité civile en matière de calomnie et de diffamation a été soumis au Parlement.

Le discours public à propos de cette « dépénalisation de la diffamation » est multiple : le gouvernement national, qui a proposé le texte, précise que lors de l'élaboration du projet de loi, « les observations de l'expert du Conseil de l'Europe, M. Gavin Millar, [...] et l'abondante jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme » ont été intégrés, y compris le Document 11305 (2007) de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe intitulé « Vers une dépénalisation de la diffamation ». Une étude comparative de la législation d'autres pays a également été réalisée.

Il a par ailleurs été décidé que les 352 accusations pénales pour diffamation prises à l'encontre de journalistes seraient transférées devant les juridictions civiles.

Le Code pénal en vigueur, qui règle les questions de diffamation, ne fixe aucune limite aux éventuelles sanctions financières que la Cour peut infliger aux journalistes concernés. Cette situation s'est traduite par des sanctions pouvant aller jusqu'à 30 000 EUR, voire davantage encore, ce qui représente une somme considérable dans un pays où le salaire moyen est d'environ 300 EUR. La nouvelle loi prévoit désormais de fixer un plafond à 27 000 EUR, l'auteur du texte devant respectivement s'acquitter de 2 000 EUR, le rédacteur en chef de 10 000 EUR et le propriétaire du média en question de 15 000 EUR. La responsabilité serait ainsi partagée entre plusieurs personnes, mais les propriétaires de médias et les rédacteurs en chef pourraient chercher à exercer une influence sur les journalistes et ainsi mettre en péril le journalisme d'investigation et la liberté de reportage.

L'article 8 du projet de loi précise toutefois que l'auteur d'un texte ne sera pas tenu responsable s'il est en mesure de démontrer que sa hiérarchie lui avait donné un ordre ou si le texte en question avait été remanié de manière significative par l'éditeur.

Le projet de loi régleme également les portails internet, les sites web et les blogs. Les spécialistes de la société de l'information ont décelé dans l'article 11 du projet de loi des lacunes susceptibles d'entraver la liberté d'expression. La Fondation non gouvernementale Metamorphosis souligne que « dans la mesure où chaque fournisseur de services en ligne ou administrateur du site dispose des moyens techniques de contrôle de contenu pouvant aller jusqu'à la suppression du site web sur internet, l'article 11 est contraire au principe même de la présomption d'innocence, puisque les propriétaires sont contraints de prouver leur innocence, alors que les requérants devraient apporter les éléments de preuve attestant de la culpabilité ou de l'intention de nuire ». Un représentant du Syndicat des journalistes affirme par ailleurs que l'article 23 du projet de loi permet au juge d'interdire à un journaliste de publier des informations, au moyen de « mesures judiciaires temporaires », « [...] laissant ainsi une large marge de manœuvre à des restrictions abusives en matière de liberté d'expression lors de l'application de la loi ». L'Association des journalistes macédoniens se déclare globalement satisfaite du texte proposé et espère que lorsque le projet de loi sera soumis au Parlement, des solutions auront été trouvées pour combler ces insuffisances et ces lacunes en se fondant sur les débats publics en cours.

- Projet de loi relative à la responsabilité civile en matière de calomnie et de diffamation  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16134>

IRIS 2012-10/22

## Malte

### Lignes directrices sur l'obligation d'impartialité

*Kevin Aquilina*

*Section de droit des médias, des communications et de la technologie,  
Faculté de droit, Université de Malte*

En avril 2012, le radiodiffuseur de service public maltais, Public Broadcasting Services Limited (PBS), a publié une série de lignes directrices sur l'obligation d'impartialité dans le cadre des bulletins d'informations, des magazines d'actualité et des programmes consacrés à des questions controversées. Selon ces lignes directrices, « l'impartialité consiste à exposer des points de vue divergents sur un sujet qui est présenté de manière objective par le producteur et le présentateur ». La responsabilité juridique incombe au directeur de l'information pour les décisions concernant le contenu des bulletins d'informations et des magazines d'actualité diffusés par le radiodiffuseur de service public. Ces lignes directrices s'appliquent à tous les salariés de PBS. Il est interdit à ces salariés de s'associer « à un parti politique ou de porter atteinte à l'image d'impartialité, d'intégrité, d'indépendance et d'objectivité de PBS ».

Les lignes directrices prévoient également que les sujets à aborder doivent être choisis sans qu'aucune pression ne soit exercée et doivent être présentés de manière objective, le présentateur communiquant des informations exactes. Les participants à l'émission sont tenus de représenter un large éventail d'opinions et de points de vue. Dans le cas des programmes traitant de sujets politiques ou industriels controversés ou de politiques publiques, les participants doivent représenter, de manière adéquate et équilibrée, toutes les parties intéressées. Les lignes directrices exigent également que le matériel audiovisuel reflète des opinions divergentes.

Fait intéressant, les lignes directrices disposent que « les journalistes, les présentateurs et les producteurs ne sont pas censés rester neutres sur chaque question controversée », mais s'ils font connaître leurs points de vue, alors « il convient de veiller à ce qu'ils ne favorisent pas une opinion par rapport à une autre d'une manière qui donne l'avantage à cette opinion ou qui invite les téléspectateurs ou les auditeurs à adhérer à cette opinion ». Lorsque les présentateurs ont un avis sur un sujet, ils doivent consulter le rédacteur en chef afin de déterminer « si le présentateur doit faire état de sa position au cours du programme ».

La conduite d'un présentateur ne se limite pas au programme en question, mais s'étend également à ses activités hors antenne. Le comportement d'un présentateur hors antenne peut ternir la réputation d'objectivité du radiodiffuseur de service public. Par conséquent, il ne doit pas exprimer son soutien à un quelconque parti politique ou groupe de pression ni faire campagne en faveur d'une politique qui est de nature à ouvrir une controverse politique ou industrielle. Il ne peut révéler ses intentions de vote, que ce soit lors d'élections ou de référendums. Il ne peut soutenir un candidat politique. En outre, il est interdit aux présentateurs de programmes de service public de demander la modification des « grandes politiques publiques ». « Il est interdit aux producteurs, aux journalistes et aux présentateurs de bulletins d'information et d'émissions d'actualités de faire la promotion ou de soutenir un parti politique, un candidat spécifique ou une organisation politique ainsi que de faire la promotion de produits commerciaux ». Il leur est également demandé de ne pas écrire et de ne pas participer au débat public sur un certain nombre de questions telles que l'actualité, la politique, l'économie, les affaires, la finance, les politiques publiques et des questions donnant lieu à des controverses politiques ou industrielles. Une telle participation peut prendre la forme de lettres au rédacteur en chef, de contributions à des journaux, de blogs en ligne, de la publication en ligne de remarques ou d'opinions, de la participation à des débats publics ou encore de la direction d'une campagne. Dans le cas d'une telle participation, une autorisation préalable est requise et le rédacteur en chef peut, en fonction des circonstances spécifiques, modifier, adapter, voire mettre un terme, au programme en question.



## Réseaux sociaux

### Autriche

#### Les pages Facebook de l'ORF sont jugées contraires à la législation

Harald Karl

Cabinet juridique Pepelnik & Karl, Vienne

KommAustria, l'autorité autrichienne des communications, a rendu une décision le 25 janvier 2012 (KOA 11.260/11-018) dans laquelle elle analyse les services de l'ORF, radiodiffuseur autrichien public, proposés sur plusieurs pages Facebook en lien avec ses émissions télévisées. Elle en conclut qu'il s'agit d'un partenariat illicite avec Facebook en sa qualité de réseau social. La loi sur l'ORF interdit à celle-ci de proposer des offres en ligne sous forme de réseaux sociaux, y compris la création de liens ou toute autre forme de partenariat avec lesdits réseaux.

La procédure portait, au total, sur 62 pages Facebook de l'ORF. Les contenus sont, pour une part, fournis par des producteurs sous contrat et, pour le reste, gérés directement par les collaborateurs ou les rédacteurs de l'ORF. Les pages en question offrent non seulement des informations similaires à un site internet classique, mais également les moyens bien connus d'entrer en interaction avec les utilisateurs enregistrés de Facebook.

L'article 4f de la *Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk* (loi sur l'ORF) définit à cet égard les conditions de la fourniture de services en ligne par l'ORF, et dresse une liste des services et des offres qui ne peuvent pas être proposés par l'ORF.

Conformément au paragraphe 2 Z 25 de cet article, cette liste englobe les réseaux sociaux, ainsi que la création de liens vers des réseaux sociaux ou toute autre coopération avec lesdits réseaux. Une exception est faite pour la mise en place d'un lien vers les résumés en ligne de l'actualité du jour de l'ORF, c'est-à-dire lorsque le lien est intégré de façon éditoriale, dans le cadre du compte-rendu. Or, cette exception n'est pas justifiée dans les cas examinés.

L'ORF allègue, pour sa part, que les pages en question ne constituent pas des réseaux sociaux, mais des opérations de marketing ou des contenus internet qu'ORF exploite comme toute autre entreprise dans le cadre de ses activités en ligne, et que ces contenus doivent être considérés comme des pages internet ordinaires.

L'autorité n'a pas suivi cette argumentation, d'autant plus qu'avec Facebook, on est en présence du prototype même du réseau social. Par ailleurs, KommAustria a pu établir que la participation était subordonnée à l'acceptation des conditions d'utilisation de Facebook, ce qui, par conséquent, implique *de facto* une coopération.

En résumé, KommAustria conclut que 38 services en ligne fournis sur Facebook, soit par un collaborateur de l'ORF, soit par un sous-traitant pour une production commandée par l'ORF, sont, en tout état de cause, imputables à l'ORF et contreviennent aux restrictions visées à l'article 4f de la loi sur l'ORF.

- *Entscheidung KOA 11.260 / 11-018 der KommAustria, 25. Januar 2012* (Décision KOA 11.260 / 11-018 de KommAustria, 25 janvier 2012)  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=15674>

IRIS 2012-3/9

## France

### Le CSA admet la référence nominative à des réseaux sociaux dans les programmes

Amélie Blocman  
Légipresse

Aux termes d'une réflexion approfondie avec les chaînes de télévision et de radio, les journalistes, et les représentants de réseaux sociaux, le CSA est revenu, le 3 janvier 2013, en assemblée plénière, sur sa décision d'interdire toute référence nominative à des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. En effet, il est fréquent pour une chaîne de renvoyer le téléspectateur vers les pages consacrées à ses émissions sur des réseaux sociaux tels que Facebook, ou de l'inviter à réagir sur Twitter. Or, jusqu'à présent, les émissions de radio et de télévision devaient seulement utiliser le terme générique « réseaux sociaux ». En mai 2011, le CSA avait en effet indiqué qu'il considérait que le renvoi des téléspectateurs ou auditeurs sur un réseau social sans le citer présentait un caractère informatif, alors que celui effectué en désignant nominativement ledit réseau social revêtait un caractère publicitaire qui contrevenait aux dispositions de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 prohibant la publicité clandestine (voir IRIS 2011-7/22). Cette position avait alors été critiquée par les professionnels. Soucieux de tenir compte de l'évolution des pratiques, tout en assurant la compatibilité avec la réglementation de la publicité dans l'intérêt des consommateurs, le Conseil admet désormais la référence nominative à un réseau social lorsqu'elle indique la source d'une information ou d'un témoignage. De même, est admis le renvoi du public vers un réseau social, s'il est ponctuel et discret, ne revêt pas de caractère promotionnel et est exempt d'incitation appuyée à se connecter. En revanche, l'insertion du nom d'un réseau social dans le titre d'un programme, et la visualisation des marques déposées par un réseau social ou celles des signes distinctifs qui lui sont habituellement associés, sont jugées par le CSA contraires à l'interdiction de la publicité clandestine. L'instance rappelle que les réseaux sociaux sont des marques exploitées par des sociétés commerciales et qu'elles ne peuvent, en l'état actuel des textes, déroger à cette interdiction.

- Recommandations du CSA relatives à la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio, Communiqué de presse du CSA du 4 janvier 2013  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=16278>

IRIS 2013-2/22

## Responsabilité

### Allemagne

#### Le LG de Hambourg reconnaît la responsabilité d'un blogueur au titre de diffuseur pour avoir incorporé une vidéo de YouTube

Tobias Raab  
Institut du droit européen des médias (EMR), Sarrebruck/Bruxelles

Le 22 mai 2012, le *Landgericht* (tribunal régional – LG) de Hambourg a reconnu la responsabilité d'un blogueur pour une vidéo de YouTube qu'il avait intégrée sur son site internet. Cette vidéo montrait un reportage télévisé du magazine « WISO » de ZDF consacré au demandeur, un médecin. Le reportage dénonçait les pratiques médicales douteuses du médecin pour traiter des patients

cancéreux, en alléguant toutefois des faits erronés. Ainsi, le reportage affirmait qu'aucun rapport d'expertise n'avait établi l'efficacité thérapeutique des méthodes du demandeur, ce qui s'est révélé faux. La plainte déposée à l'époque par le médecin a abouti par la suite et la justice a interdit à ZDF de diffuser ce reportage.

Le blogueur mis en cause avait rendu compte sur son site du litige opposant le demandeur et ZDF et avait, dans ce cadre, intégré la vidéo de YouTube sur son blog, sans tenir compte de la mesure judiciaire d'interdiction qui frappait ZDF. Le médecin avait alors porté plainte.

Le tribunal est arrivé à la conclusion que le blogueur avait violé les obligations lui incombant en matière de vérification. Il avait connaissance de la procédure engagée par le médecin pour interdire la diffusion du reportage télévisé par ZDF. Par conséquent, il n'aurait pas dû se fier à l'exactitude du contenu de ladite vidéo, d'autant plus qu'il savait que le demandeur avait intenté à plusieurs reprises une procédure judiciaire à l'encontre de reportages qui, selon lui, violaient son droit général de la personnalité. C'est pourquoi le prévenu aurait dû vérifier la véracité des déclarations faites dans le reportage télévisé avant d'intégrer la vidéo de YouTube sur son blog.

Les principes de l'arrêt « Paperboy » de 2003, dans lequel le *Bundesgerichtshof* (Cour fédérale de justice – BGH) reconnaît expressément le caractère licite des « deep links » (liens qui renvoient directement à une page spécifique d'un site web sans passer par la page d'accueil – voir IRIS 2003-8/32), ne sont pas applicables dans l'affaire présente, selon le LG de Hambourg. En effet, ces deux affaires sont différentes en ce sens que l'arrêt « Paperboy » concerne la question de la violation des droits d'auteur, tandis que l'affaire présente se réfère à des « actes de diffusion relevant du droit d'expression ». Autre élément retenu à charge contre le blogueur : ce dernier avait configuré le lien comme une référence vers un complément d'information et l'avait intégré comme tel dans son article en renvoyant vers la vidéo.

Cet arrêt, qui s'inscrit dans une logique de rupture significative vis-à-vis de la jurisprudence actuelle très favorable à la liberté d'expression du BGH et du BVerfG, a suscité de violentes critiques. Le défendeur a déjà annoncé son intention de faire appel.

- *Urteil des Landgerichts Hamburg, Az.: 324 O 596/11* (Jugement du *Landgericht* de Hambourg, affaire 324 O 596/11)  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=15981>

IRIS 2012-7/13

## Irlande

### Diffusion d'un « tweet » non vérifié préjudiciable à un candidat à l'élection présidentielle

*Damien McCallig*  
*School of Law, Université nationale d'Irlande, Galway*

Le 7 mars 2012, la Commission de conformité de la *Broadcasting Authority of Ireland* (Autorité irlandaise de la radiodiffusion – BAI) a estimé que la plainte déposée par un ancien candidat à l'élection présidentielle en Irlande était fondée. Cette plainte portait sur l'utilisation d'un tweet non vérifié au cours d'un débat télévisé retransmis en direct trois jours seulement avant le scrutin. La Commission a par ailleurs considéré que le radiodiffuseur, RTÉ, (le radiodiffuseur national de service public), avait accentué le caractère préjudiciable de ce tweet en insérant des extraits du débat dans une interview du plaignant diffusée à la radio le lendemain matin. L'émission de radio en question avait également omis d'apporter des précisions sur la provenance du tweet litigieux.

Au cours du débat télévisé, le tweet avait été attribué à tort au compte twitter officiel d'un autre candidat à l'élection présidentielle. Son contenu mettait en cause le lien du plaignant, candidat indépendant à cette élection, avec des activités de collecte de fonds pour un parti politique et sa participation antérieure à ces activités, qu'il avait démenti tout au long de la campagne et qu'il avait abordé auparavant au cours du débat retransmis en direct. Le présentateur s'était appuyé sur ce tweet pour relancer la discussion sur la nature et l'étendue des rapports du plaignant avec le parti politique en question.

A l'occasion d'une série de vifs échanges sur le sujet, personne n'avait demandé au candidat auquel le tweet avait été attribué d'en confirmer la provenance ; le radiodiffuseur n'avait manifestement pas cherché à vérifier la provenance du tweet, bien qu'une information disponible au bout de quelques minutes ait confirmé que le tweet concerné ne provenait pas du compte officiel de l'autre candidat.

La plainte, déposée au titre de l'article 48 de la loi relative à la radiodiffusion de 2009, soutenait qu'il y avait eu violation de l'article 39 (1) (b) de cette même loi. L'article en question impose à chaque radiodiffuseur de veiller à ce que le traitement de l'actualité soit équitable pour l'ensemble des intéressés et à ce que les émissions soient présentées avec objectivité et impartialité. Le plaignant demandait également des excuses de la part du radiodiffuseur et l'ouverture d'une enquête ou la tenue d'une audition publique sur la question. Le radiodiffuseur soutenait quant à lui que la diffusion du tweet était légitime pour un certain nombre de raisons :

- le contenu du tweet était exact, même si sa source ne l'était pas ;
- le candidat auquel le tweet avait été attribué n'avait pas démenti sa provenance ;
- le plaignant avait eu la possibilité de réagir à ce tweet et aux questions relatives à ses rapports avec le parti politique et avec les activités de collecte de fonds de ce dernier.

Dans sa décision, la Commission a jugé légitime que le débat porte sur la personnalité et le programme politique des candidats à la présidence de la République irlandaise. Elle a par conséquent jugé légitime et conforme à l'intérêt du public que des questions aient porté sur les liens que le plaignant entretenait auparavant avec ce parti politique. Cette situation justifiait donc que ce tweet soit évoqué et la Commission a estimé raisonnable, en principe, qu'un présentateur relance le débat sur un sujet dès lors que l'émission dans son ensemble respecte les exigences d'un traitement équitable, objectif et impartial de tous les intervenants.

La Commission a estimé que la diffusion, dans une émission de ce type, d'une information non vérifiée émanant d'une source attribuée à tort par le présentateur, était préjudiciable au plaignant. Elle a conclu que la plainte n'était pas suffisamment grave pour justifier l'ouverture d'une enquête ou la tenue d'une audition publique. Aucune disposition n'impose aux radiodiffuseurs de présenter des excuses dans de telles circonstances, mais la Commission a ordonné au radiodiffuseur de faire une annonce précisant le contenu de sa décision.

La Commission a également observé que la divulgation anonyme de documents relatifs à la plainte au cours de son examen avait été contraire au respect de l'intégrité de la procédure.

- *BAI, Compliance Committee Meeting, February 2012* (BAI, réunion de la Commission de conformité, février 2012)  
<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=15771>

IRIS 2012-5/27

# Les Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux

Les Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias marquent une nouvelle étape majeure dans les efforts continus menés par la Représentante pour protéger et promouvoir la liberté d'expression et la liberté des médias sur internet.

Les Lignes directrices, reproduites dans la rubrique Zoom de ce numéro d'IRIS plus avec l'aimable autorisation de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias, s'articulent autour de plusieurs axes thématiques : médias sociaux et liberté d'expression, médias sociaux et journalisme, médias professionnels et web 2.0, contenu généré par les utilisateurs et commentaires en ligne et enfin approche multi-acteurs et responsabilité d'entreprise.

Ces axes thématiques complètent utilement ceux abordés dans l'article de fond (finalisé avant la publication des Lignes directrices) de diverses façons. Tout d'abord, les Lignes directrices ciblent spécifiquement le contenu généré par les utilisateurs ainsi que les différentes transformations en cours dans les secteurs du journalisme et des médias. Ensuite, les activités journalistiques et médiatiques d'aujourd'hui sont définies par leur interactivité croissante, la diversité grandissante des acteurs impliqués et la complexité accrue des questions de responsabilité en matière de production, de diffusion et d'hébergement de contenu en ligne. Ces thèmes transversaux se retrouvent à la fois dans les Lignes directrices et dans l'article de fond.

Les Lignes directrices constituent également un bon exemple de tentative approuvée par une institution de naviguer dans des eaux vastes et largement inexplorées, exercice nécessitant de faire face à de forts courants juridiques et aux vents tournants des pratiques médiatiques.

Les Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias, qui se trouvent dans le Guide 2013 des médias sociaux de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias, en pages 141-147, sont disponibles en anglais sur : <http://www.osce.org/fom/99563>.

## Les Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux de la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias

### Introduction

Il y a dix ans, le Bureau du Représentant de l'OSCE pour la liberté des médias organisait pour la première fois une série de conférences sur internet visant à établir le potentiel et les défis que représente internet pour la liberté d'expression et la liberté des médias. Les Recommandations d'Amsterdam de 2003 et le Livre de recettes de la liberté des médias sur internet de 2004 voyaient internet comme un phénomène nouveau et une plateforme de communication sans précédent.

Si les principes généraux alors énoncés sont encore valables aujourd'hui, internet a évolué : autrefois infrastructure plutôt technique, il est devenu partie intégrante de notre vie quotidienne. Alors que l'accès haut débit à internet est en pleine expansion, internet devient un outil plus abordable pour les citoyens de la région de l'OSCE.

Dans le même temps, le développement technique du web 2.0 a facilité le partage des informations et la participation au débat public. Vivant à l'ère numérique, il est plus facile pour nous de créer des cultures plus démocratiques auxquelles tous les membres de la société participent. Toutefois, internet n'est pas libre par nature mais par sa conception et par les décisions éclairées des législateurs, de la communauté technique et de ses utilisateurs.

Internet s'accompagne également d'une nouvelle notion des médias : grâce aux médias sociaux, chacun peut créer, communiquer et recevoir des informations ou encore commenter et discuter des idées et des évolutions. Les blogueurs ont élargi la portée du journalisme classique et ajouté la nouvelle forme de « journalisme citoyen » au paysage médiatique. Quant au journalisme professionnel traditionnel, il utilise également de plus en plus les outils des médias sociaux pour rechercher et diffuser ses histoires.

A la lumière de ces évolutions, la Représentante de l'OSCE pour la liberté des médias a compilé ces Lignes directrices à partir des contributions au Guide 2013 des médias sociaux afin d'aider toutes les parties prenantes dans les Etats membres de l'OSCE à promouvoir la liberté des médias sur internet.

Tout comme il y a 10 ans avec les Recommandations d'Amsterdam, ces Lignes directrices devront être ajustées en fonction de l'évolution des médias sociaux. Toutefois, le principe sous-jacent reste identique : les droits fondamentaux de l'homme à la liberté des médias et à la liberté d'expression et leur mise en œuvre à l'ère numérique.

### Médias sociaux et liberté d'expression

- Grâce aux médias sociaux, il est plus facile que jamais pour tout citoyen connecté de diffuser des informations, de partager des nouvelles, de commenter des reportages et de s'impliquer dans la création de contenu. Le droit à la liberté d'expression et le droit à la liberté des médias, en tant que droits de l'homme, ne sont pas réservés aux sociétés de médias ou aux rédactions. Ils sont également applicables à toutes les formes de journalisme, pas seulement aux médias traditionnels. En tant que droits fondamentaux de l'homme, il ne peut pas exister différents droits pour différentes catégories ni différents sous-ensembles selon qu'il s'agit de médias traditionnels ou de nouveaux médias.

- Le droit à la liberté des médias comprend également le droit de rechercher et de recevoir des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen de son choix. Les médias sociaux et les réseaux sociaux sont, sans conteste, protégés par ces droits parce qu'ils constituent simplement une autre manière de transférer des informations, des opinions et des idées.

- Il est important de noter que la liberté des médias sur internet doit être également défendue hors ligne parce que les formes « traditionnelles » de censure, comme le harcèlement ou l'emprisonnement des journalistes en ligne ou les descentes physiques dans les rédactions, s'appliquent également aux

médias en ligne. Les agressions contre les journalistes, les blogueurs ou les militants des médias sociaux sont des attaques directes à la liberté des médias.

- Les lois et règlements doivent constamment être adaptés pour refléter les dernières innovations techniques et les nouvelles plateformes de communications. Toutefois, le droit sous-jacent à la liberté d'expression reste inchangé et valable pour toute nouvelle plateforme technologique.

### **Médias sociaux et journalisme**

- Le flux en temps réel d'informations provenant du monde entier que canalisent les réseaux sociaux ne peut être ignoré. Pour les journalistes, il reste à trouver un équilibre dans l'utilisation des médias sociaux pour collecter, présenter et vérifier l'information - et les questions éthiques qui s'y rapportent - alors que les nouvelles normes des Lignes directrices 2013 sur les médias sociaux évoluent pour répondre aux exigences des nouvelles technologies. L'immédiateté, la facilité d'utilisation, la faible barrière à l'entrée et la présence mondiale des médias sociaux permettent à l'information, à l'actualité, au contenu et à l'opinion de se déplacer plus loin et plus vite que jamais.

- Au-delà de leur utilisation à des fins de communication individuelle, les réseaux sociaux sont aujourd'hui un outil indispensable pour le travail des journalistes et des blogueurs. Recherche, publication, distribution, financement, collaboration, suivi ou discussion : tout cela se passe sur les réseaux sociaux et par l'intermédiaire des médias sociaux. Dans le même temps, les utilisateurs eux aussi comptent sur les médias sociaux et les réseaux sociaux pour s'informer. Cet usage multidimensionnel des médias sociaux et des réseaux sociaux a également des répercussions sur le droit fondamental à la liberté des médias.

- Internet et les technologies mobiles se trouvent au centre de la façon dont évolue la relation des individus à l'information. L'importance des réseaux sociaux en matière de consommation d'information augmente. Les gens utilisent les réseaux sociaux et la technologie du réseautage social pour filtrer, évaluer et réagir à l'actualité. Internet, avec ses médias sociaux et ses réseaux sociaux, constitue aujourd'hui une infrastructure indispensable pour le droit de rechercher et de recevoir l'information, y compris par-delà les frontières, droit qui est inscrit dans la Déclaration universelle des droits de l'homme et le Pacte international relatif aux droits civils et politiques.

- Bloguer, vidéobloguer, poster des vidéos, regrouper des informations, partager des articles en ligne ou syndiquer du contenu sont quelques-unes des formes de journalisme rendues possibles par la technologie innovante du web 2.0.

- Compte tenu de l'importance croissante prise par internet comme moyen de communication de masse, il est nécessaire d'ouvrir un débat sur l'extension de la protection des sources des journalistes aux autres acteurs participant à la diffusion de l'information.

- Dans un monde où les individus communiquent sur des plateformes publiques ou semi-publiques, la frontière entre journalisme professionnel et d'autres formes de production de contenu n'est pas facile à tracer. Dans le cas des œuvres de collaboration, telles que les wikis, il est difficile d'identifier un seul auteur. Le contenu lui-même, et non pas son origine, devrait être pris en compte pour être défini comme étant du journalisme et cette définition devrait être largement appliquée.

### **Médias professionnels et web 2.0**

- La façon dont les médias développent leurs politiques et pratiques en matière de médias sociaux est influencée dans la mesure où le « peuple jadis connu sous le nom de lecteurs » accède à et partage de plus en plus les nouvelles et les informations par l'intermédiaire des plateformes de médias sociaux.

- Ce qui se passait avant la « mise sous presse », correspondant à la diffusion de l'information, sous la forme d'une vérification et d'un contrôle des faits, a désormais lieu simultanément sur les médias sociaux. Le processus et la transparence sont aussi dignes d'intérêt que la collecte et

la présentation de l'information elles-mêmes et sont intégrés à la façon dont les histoires sont racontées avec ces médias. Et tout le monde est attentif.

- Les médias sociaux, en tant que source d'information, impliquent une modification du rôle des journalistes dans leur manière d'aborder et de couvrir l'information. L'évolution du rôle des organisations de presse présentes sur les médias sociaux concerne le ton et l'approche qu'elles utilisent dans la publication de contenu, le processus de modération du contenu et le contact avec le public dans l'espace. Toutefois, au lieu de craindre d'être laissés de côté, les journalistes devraient adopter les nouvelles technologies et les médias sociaux pour en faire un nouvel outil de leur boîte à outils professionnelle.

- Il serait utile de déterminer la pratique courante des rédactions eu égard au contenu généré par les utilisateurs. Comprendre les pratiques et les flux de travail des rédactions en rapport avec les capacités techniques et de production permettrait aux chercheurs de mieux comprendre les défis auxquels font face les rédactions pour évaluer le contenu généré par les utilisateurs et l'intégrer efficacement dans les bulletins et programmes d'actualité. Un ensemble de bonnes pratiques pourrait émerger d'un complément d'enquête sur le sujet.

- Cependant, la publication en temps réel de contenu des médias sociaux ne va pas sans écueils. Il est plus important que jamais de vérifier l'authenticité des informations et de publier des mises à jour sur les médias sociaux. Les équipes de rédaction et des médias sociaux pourraient suivre de près les notifications des médias sociaux et travailler à les vérifier et à les diffuser.

- Internet et les médias sociaux sont des environnements hautement techniques. Les journalistes peuvent se renseigner sur les fausses identités et les systèmes permettant de retracer l'identité des personnes auprès de militants, de dissidents, de pirates et de chercheurs en sécurité. Les journalistes des médias sociaux pourraient également se familiariser avec les fonctionnalités techniques telles qu'adresses IP, TOR, en-têtes de courrier électronique et autres fonctions similaires.

- L'utilisation des outils web 2.0 pour cette forme de recherche, autrement dit le « crowdsourcing » ou « externalisation ouverte », est encore peu développée et les journalistes doivent acquérir des compétences pour contrôler et vérifier leurs sources afin de garantir une information fiable et précise. Comme de récentes affaires l'ont montré, les journalistes omettent très souvent de vérifier les faits diffusés sur les médias sociaux. Il conviendrait de sensibiliser les journalistes à ce problème et de développer des outils de formation des journalistes à l'utilisation des médias sociaux et des réseaux sociaux.

### **Contenu généré par les utilisateurs et commentaires en ligne**

- La question des commentaires libres des citoyens sur internet, bien que s'étendant en partie au-delà des limites de la réglementation juridique des médias, est intéressante à examiner. Pour la première fois dans l'histoire, il est possible de discuter des événements rapportés par les médias, de proposer des sujets et de développer des récits de vie. Pour l'instant, il ne s'agit pas de remplacer le journalisme professionnel par le « journalisme citoyen » mais d'améliorer le travail des rédacteurs à travers les médias sociaux et un nouveau groupe d'acteurs des médias.

- Avec la diversité des cultures, des valeurs et de l'utilisation en ligne existant à travers les pays de l'OSCE, il n'est pas surprenant que la régulation des commentaires en ligne soit tout aussi diverse. Le processus impliquant d'interpréter des lignes directrices et de comprendre la liberté d'expression, les intérêts commerciaux et les politiques de confidentialité, presque chaque pays a sa propre façon de répondre à la question, et il est peu probable qu'une politique unifiée voit le jour dans un proche avenir. L'évolution rapide de la régulation d'internet signifie également que les politiques existantes seront probablement fluides, à la fois techniquement et juridiquement, avec des sites web individuels qui déterminent les politiques qui fonctionnent pour eux et leurs utilisateurs.

- La responsabilisation est un problème, par exemple lorsqu'il s'agit de wikis anonymes. L'éthique du journalisme professionnel, ainsi que les lignes directrices en matière d'éthique des utilisateurs, doivent être davantage développées dans ce domaine.



- Toutefois, quelle que soit la politique choisie, les politiques mises en œuvre par chaque pays ne devraient pas violer la liberté d'expression prévue à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme ni tenir des tiers responsables de messages publiés, en particulier compte tenu de la vitesse et du volume avec lesquels les commentaires en ligne sont publiés et diffusés. Seuls une discussion continue et un débat transparent sur le sujet garantiront le respect de ces normes.

- Le contrôle préalable obligatoire du contenu généré par les utilisateurs, y compris des commentaires en ligne, est impossible dans la pratique et trop restrictif du point de vue juridique. Le contrôle obligatoire a un effet paralysant et décourage les utilisateurs de s'exprimer librement. Bien sûr, les rédactions et les propriétaires de sites web peuvent établir leurs propres procédures, mais un contrôle préalable prescrit par la loi inhibe la libre expression des utilisateurs.

- Tenir les intermédiaires responsables du contenu diffusé ou créé par leurs utilisateurs compromet gravement la jouissance du droit à la liberté d'opinion et d'expression, car cela conduit à une censure auto-protectrice et privée trop importante, à des décisions non transparentes et potentiellement arbitraires, souvent sans respecter un processus établi. La régulation du contenu ne devrait jamais être déléguée à une seule entité privée.

- Nul ne devrait être tenu pour responsable du contenu sur internet dont il n'est pas l'auteur, tant qu'il n'intervient pas spécifiquement dans ce contenu ou refuse d'obéir à des décisions judiciaires ordonnant son retrait, s'il a la capacité de le faire (« principe du simple transfert »).

### **Approche multi-acteurs et responsabilité d'entreprise**

- Il est essentiel de mentionner également l'importance du droit à la vie privée, à la protection des données et à la confidentialité des communications individuelles, malgré l'utilisation des mêmes plateformes que pour une communication publique.

- Les actions du gouvernement demandant la suppression de contenu devraient être aussi transparentes que possible et permettre des procédures de recours indépendantes.

- Les entreprises et les fournisseurs de services ont l'obligation positive d'exercer leur responsabilité sociale d'entreprise de manière à garantir la liberté d'expression et la liberté des médias en ligne et à protéger la vie privée et la sécurité de leurs utilisateurs.

- Bien que l'obligation de garantir les droits fondamentaux de l'homme revienne avant tout à l'Etat, les sociétés et les entreprises ont aussi la responsabilité de protéger ces droits et de permettre à leurs utilisateurs de les exercer. Ces engagements partiellement volontaires se manifestent dans des accords et normes adoptés par l'industrie tels que le Silicon Valley Standard et autres lignes directrices sur la responsabilité sociale des entreprises (RSE).

- Lorsqu'elles suivent des demandes de suppression valablement formulées par écrit, fondées sur la loi et compatibles avec les principes des droits de l'homme, les interventions devraient toujours être aussi limitées que possible et il conviendrait de s'assurer que toute suppression est effectuée localement, non pas globalement.

- Aucune industrie quelle qu'elle soit ne devrait s'attaquer seule à la lutte contre la censure sur internet. Des efforts soutenus pour promouvoir la liberté d'expression et limiter l'incidence de la censure nécessiteront des mesures significatives des secteurs public et privé.

- Il sera difficile d'aboutir à des règles globalement valides et exécutoires, applicables dans le monde entier. Une approche multi-acteurs, incluant les gouvernements, la société civile, l'industrie et le milieu universitaire, pourrait s'avérer utile pour élaborer des lignes directrices sur la façon dont les entreprises du secteur de la technologie, y compris celles opérant dans des régimes répressifs, pourraient fonctionner au mieux pour promouvoir la liberté d'expression et protéger la vie privée des utilisateurs.





OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

## Informations pour le secteur audiovisuel

L'Observatoire européen de l'audiovisuel a pour but d'assurer une plus grande transparence du secteur audiovisuel en Europe. Cette mission comporte la collecte, l'analyse et la publication d'informations actuelles et pertinentes sur les industries audiovisuelles.

L'Observatoire a adopté une définition pragmatique du secteur audiovisuel auquel il se consacre. Ses principaux domaines d'activité comprennent le cinéma, la télévision, la vidéo et le DVD, les services audiovisuels à la demande et les politiques publiques relatives au cinéma et à la télévision. Pour ces cinq domaines, l'Observatoire fournit des informations juridiques ainsi que des informations sur les marchés et les financements. Son champ d'activité géographique s'étend à ses Etats membres, pour lesquels l'Observatoire consigne et analyse les évolutions. Il couvre en outre, lorsque cela lui paraît opportun, d'autres Etats présentant une pertinence pour l'analyse de l'évolution en Europe. La mise à disposition de l'information implique diverses étapes, telles que la collecte systématique et le traitement des données ainsi que leur diffusion auprès des utilisateurs sous forme de publications, d'informations en ligne, de bases de données et répertoires et de présentations dans le cadre de conférences et d'ateliers. Le travail de l'Observatoire fait appel à des sources d'information internationales et nationales permettant de rassembler des données actuelles et pertinentes. Le réseau d'information de l'Observatoire a été constitué à cette fin. Il comprend des organismes et des institutions partenaires, des entreprises spécialisées dans la mise à disposition d'informations professionnelles ainsi que des correspondants spécialisés. Les principaux groupes cibles de l'Observatoire sont les professionnels du secteur audiovisuel : les producteurs, les distributeurs, les exploitants, les radiodiffuseurs et les autres fournisseurs de services audiovisuels, les organisations internationales du secteur, les décideurs au sein des organismes publics responsables des médias, les législateurs nationaux et européens, les journalistes, les chercheurs, les juristes, les investisseurs et les consultants.

L'Observatoire européen de l'audiovisuel a été créé en 1992 sous l'égide du Conseil de l'Europe dont il constitue un « Accord partiel et élargi ». Il a son siège en France, à Strasbourg. L'Observatoire se compose à l'heure actuelle de 39 Etats membres et de l'Union européenne, représentée par la Commission européenne. Chaque Etat membre désigne son représentant au Conseil exécutif de l'Observatoire. L'équipe internationale de l'Observatoire est dirigée par le Directeur exécutif.

**Les publications et services proposés par l'Observatoire sont classés en quatre catégories :**

- Publications
- Informations en ligne
- Bases de données et répertoires
- Conférences et ateliers

### Observatoire européen de l'audiovisuel

76 Allée de la Robertsau – F-67000 Strasbourg – France  
Tél.: +33 (0) 3 90 21 60 00 – Fax: +33 (0) 3 90 21 60 19  
www.obs.coe.int – E-mail: obs@obs.coe.int



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE



COUNCIL OF EUROPE  
CONSEIL DE L'EUROPE



# Services d'informations juridiques de l'Observatoire européen de l'audiovisuel

Pour commander :

- en ligne sous <http://www.obs.coe.int/about/order>
- par e-mail : [orders-obs@coe.int](mailto:orders-obs@coe.int)
- par fax : +33 (0)3 90 21 60 19

## Lettre d'information IRIS

*Observations juridiques de  
l'Observatoire européen  
de l'audiovisuel*

**Accès en ligne et gratuit !**

IRIS est un bulletin mensuel vous garantissant une information fiable et toujours à jour sur les évolutions les plus marquantes du droit dans le secteur de l'audiovisuel. IRIS couvre tous les domaines juridiques importants de l'industrie audiovisuelle et se concentre principalement sur la cinquantaine de pays qui composent l'Europe élargie. IRIS décrit la législation relative aux médias au sens le plus large, ainsi que les développements majeurs en matière de jurisprudence, les importantes décisions administratives et les décisions d'ordre politique pouvant avoir un impact sur la loi.

L'abonnement à IRIS est gratuit, les articles sont accessibles et téléchargeables sur le site internet : <http://merlin.obs.coe.int/newsletter.php>

## IRIS plus

*Un thème juridique brûlant  
examiné sous différents angles*

Les développements juridiques, technologiques et économiques dans le secteur audiovisuel génèrent pour les professionnels des besoins immédiats en informations. IRIS plus a pour but d'identifier ces nouveautés et de fournir leur contexte juridique. Sur la base d'un article de fond étayé par des exposés concis, suivi d'un zoom sur le sujet traité sous forme de tableaux synoptiques, de données de marché ou d'informations pratiques selon les cas, IRIS plus fournit à ses lecteurs la connaissance nécessaire pour suivre et prendre part aux dernières discussions très pertinentes concernant le secteur audiovisuel.

Pour plus d'informations : <http://www.obs.coe.int/irisplus>

## IRIS Merlin

*Base de données d'informations  
juridiques relatives au  
secteur audiovisuel en Europe*

La base de données IRIS Merlin vous permet d'accéder à plus de 6 000 articles présentant des informations juridiques en rapport avec l'industrie audiovisuelle. Ces articles relatent les lois, les arrêts des tribunaux, les décisions des administrations, ainsi que les documents de politique générale relatifs aux domaines intéressés, et ce pour plus d'une cinquantaine de pays. Ils portent également sur les instruments juridiques, les résolutions et les documents d'ordre politique émanant des principales institutions européennes et internationales. Accès gratuit au site : <http://merlin.obs.coe.int>

## IRIS Spécial

*Informations factuelles  
détaillées associées à  
une analyse approfondie*

Dans nos publications IRIS Spécial, tous les sujets d'actualité relatifs au droit des médias sont abordés et examinés d'un point de vue juridique. Les publications IRIS Spécial offrent des analyses détaillées de la législation nationale applicable, facilitant ainsi la comparaison entre les cadres juridiques de différents pays. Elles identifient et analysent en outre des questions très pertinentes et donnent un aperçu du contexte juridique, européen et international, ayant un impact sur la législation nationale. Les publications IRIS Spécial abordent ces thèmes juridiques de manière très accessible. Inutile d'être juriste pour les lire ! Chaque édition relève d'un niveau élevé de pertinence pratique combiné à la rigueur académique. Pour accéder à la liste de toutes les publications IRIS Spécial, visitez le site : [http://www.obs.coe.int/oea\\_publ/iris\\_special/index.html](http://www.obs.coe.int/oea_publ/iris_special/index.html)

