



LES INCIDENCES DES APPLICATIONS D'IA DANS LES MÉDIAS SUR LA LIBERTÉ D'EXPRESSION



Prof. Dr. Natali Helberger
Sarah Eskens
Max van Drunen
Dr. Mariella Bastian
Dr. Judith Moeller

Intelligence artificielle - Une politique intelligente
Défis et perspectives pour les médias et la démocratie
Document de référence, Conférence ministérielle, Chypre 2020



COUNCIL OF EUROPE
Conference of Ministers
responsible for Media
& Information Society
NICOSIA 2020

COUNCIL OF EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE

LES INCIDENCES DES APPLICATIONS D'IA DANS LES MÉDIAS SUR LA LIBERTÉ D'EXPRESSION

Intelligence artificielle – Une politique intelligente

Défis et perspectives pour les médias et la démocratie

Document de référence pour la Conférence ministérielle,
Chypre 2020

Auteurs:

Prof. Dr. Natali Helberger

Sarah Eskens

Max van Drunen

Dr. Mariella Bastian

Dr. Judith Moeller

Les vues exprimées dans cet ouvrage sont de la responsabilité des auteurs et ne reflètent pas nécessairement la ligne officielle du Conseil de l'Europe.

Toute demande de reproduction ou de traduction de tout ou d'une partie de ce document doit être adressée à la Direction de la communication (F-67075 Strasbourg ou publishing@coe.int). Toute autre correspondance relative à ce document doit être adressée à la Direction Générale Droits de l'Homme et État de droit.

Couverture et mise en page :
Service de la production des documents et des publications (SPDP), Conseil de l'Europe
Photo: Flickr.

Cette publication n'a pas fait l'objet d'une relecture typographique et grammaticale de l'Unité éditoriale du SPDP.

© Conseil de l'Europe, avril 2020
Imprimé dans les ateliers du Conseil de l'Europe.

Table des matières

RÉSUMÉ	5
INTRODUCTION	6
JOURNALISME, DÉMOCRATIE ET LIBERTÉ DES MÉDIAS	7
Intégration des applications d'IA dans le travail journalistique	8
Responsabilités : le jugement humain face à l'automatisation	9
Applications d'IA et valeurs	10
APPLICATIONS D'IA, MÉDIAS ET UTILISATEURS	11
DIMENSION SOCIÉTALE DES APPLICATIONS D'IA DANS LES MÉDIAS	13
APPLICATIONS D'IA ET LIBERTÉ D'EXPRESSION	14
Obligations des États à l'égard des médias	15
Obligations des États à l'égard des particuliers	17
Obligations des États à l'égard de la société	19
CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	20
Applications d'IA et médias d'information	20
Applications d'IA et société	22
Applications d'IA et utilisateurs	23
RÉFÉRENCES	25
Jurisprudence	30

RÉSUMÉ

Les outils fondés sur l'intelligence artificielle, ou « applications d'IA », occupent dans les médias une place de plus en plus grande. Ils peuvent aider les journalistes à rédiger leurs articles ou produire des textes entièrement automatisés (« robot-journalisme ») ; livrer des mesures d'audience qui influencent les décisions éditoriales, ou dire à qui adresser quel contenu. De ce fait, les applications d'IA sont plus que de simples outils. *Au sein des rédactions*, elles entraînent des changements structurels, qui pourraient aller très loin, dans les procédures internes et la répartition des responsabilités entre l'être humain et la machine. Le journalisme compte aujourd'hui de nouveaux acteurs et de nouveaux métiers, qui déterminent le rôle des technologies dans les produits d'information. Il devient donc nécessaire de repenser la déontologie et la répartition des responsabilités éditoriales. En s'intégrant aux processus de production et de diffusion des contenus médiatiques, les applications d'IA modifient aussi le fonctionnement et la structure de pouvoir des *marchés médiatiques européens*. L'accès aux données permettant d'entraîner les algorithmes, à la technologie et aux compétences nécessaires devient un atout concurrentiel décisif et favorise de nouveaux acteurs non européens, tels que les réseaux sociaux et moteurs de recherche, mais risque aussi de créer des obstacles pour les médias plus petits, moins fortunés, d'implantation locale ou situés dans des pays en développement.

Bien qu'encore à ses débuts, l'intégration des applications d'IA peut avoir un effet positif sur la qualité globale et sur la diversité des informations, en permettant par exemple aux médias de mettre en avant des sujets de société qui seraient autrement peu consultés, de pratiquer un nouveau journalisme d'investigation fondé sur les données, de renforcer la diversité à plusieurs niveaux et d'aider les différentes composantes de la société à mieux se comprendre. Cependant, en fonction de la conception des algorithmes, des personnes qui y ont accès et de leur processus de développement, le journalisme pourrait rencontrer des menaces telles que la manipulation, les abus à certaines fins (politiques), la censure automatisée et la diffusion de la propagande et de la désinformation. Concernant la production automatisée de contenus, il faut évaluer avec soin les tâches qui peuvent, d'un point de vue éthique et technique, être déléguées aux applications d'IA, et les effets de la redistribution des tâches journalistiques sur le marché du travail et sur la formation des journalistes.

L'apparition des applications d'IA dans les médias a déjà des conséquences mesurables pour les utilisateurs et pour la sphère publique. Les utilisateurs peuvent recevoir des informations plus pertinentes ; les nouvelles modalités de recherche et de rédaction peuvent améliorer l'offre. Cependant, plusieurs points suscitent des inquiétudes : exposition sélective et accès sélectif aux informations, effets délétères sur l'espace public, algorithmes de recommandation mal conçus, et concentration de l'attention sur quelques sites au détriment du reste du marché des médias. Indéniablement, les technologies fondées sur l'IA peuvent aussi servir à exploiter les points faibles des utilisateurs pour les manipuler, s'ingérer dans leur vie privée, institutionnaliser la surveillance cognitive et créer, intentionnellement ou non, de nouvelles inégalités numériques.

Les médias, à la fois sentinelles, espaces de débat et sources d'information, jouent un rôle essentiel dans les sociétés démocratiques ; à l'évidence donc, le déploiement des applications d'IA dans les médias appelle notre vigilance sur le respect de la liberté d'expression, de la vie privée et de l'interdiction de discrimination. L'article 10 CEDH entraîne pour les États membres une obligation négative : ils ne doivent pas s'ingérer dans le droit à la liberté d'expression des journalistes, des rédacteurs et des utilisateurs des médias – par exemple en utilisant l'IA pour mettre en place une censure automatisée. Mais l'article 10 CEDH impose aussi aux États membres une obligation positive, celle de créer les conditions d'un environnement favorable à l'exercice de la liberté d'expression, y compris dans les relations entre acteurs privés.

Sur la base d'une analyse de l'usage des applications d'IA à la lumière de l'article 10 CEDH, ce rapport attire l'attention sur plusieurs points et souligne la nécessité d'initiatives supplémentaires. En particulier :

- ▶ Les États membres ont un rôle important à jouer pour veiller à ce que les technologies innovantes, les données d'entraînement des algorithmes, les compétences numériques et la formation, y compris à l'utilisation des données pour produire et diffuser des contenus, soient également accessibles aux médias de taille réduite ou d'implantation locale. C'est d'autant plus important que la concurrence des nouveaux acteurs médiatiques, comme les intermédiaires internet, se fait de plus en plus forte et qu'il est nécessaire de protéger et de promouvoir un marché des médias diversifié.
- ▶ Bien que l'usage d'applications d'IA dans les médias soit en principe couvert par l'article 10 CEDH, la protection prévue par cet article s'accompagne pour les médias de devoirs et de responsabilités spécifiques. Nous insistons, en particulier, sur le besoin de formuler des propositions en vue d'une éthique algorithmique professionnelle. Nous avons besoin de savoir, concrètement, comment employer les applications d'IA d'une façon compatible avec les droits de l'homme et les libertés fondamentales.

- ▶ Les États membres ont aussi l'obligation positive d'identifier clairement les conditions permettant d'établir les responsabilités et d'exercer un contrôle (éditorial) sur les processus automatisés, qu'il s'agisse de recommandations de lecture fondées sur l'IA, des intermédiaires ou du robot-journalisme, mais aussi de favoriser l'épanouissement des médias sur un marché dominé par les données.
- ▶ Le rapport souligne l'importance d'une conception centrée sur les valeurs, mais aussi la nécessité de traduire des valeurs essentielles comme la diversité, l'autonomie ou la liberté de choix dans la conception et l'organisation institutionnelle des systèmes algorithmiques utilisés par les médias. Le Conseil de l'Europe pourrait jouer un rôle important en ce sens.
- ▶ Il faut garder à l'esprit que le recours aux applications d'IA se trouve à la croisée de la liberté d'expression et d'autres droits de l'homme, notamment le respect de la vie privée et l'interdiction de discrimination. De ce fait, les cadres réglementaires et la répartition des responsabilités entre autorités régulatrices doivent tenir compte des relations entre les différents droits de l'homme.
- ▶ Bien que le recours aux applications d'IA puisse offrir aux utilisateurs de nouvelles manières d'exercer leur liberté d'expression, les filtrages et classements automatiques peuvent aussi creuser une nouvelle fracture numérique et aggraver l'inégalité des chances dans l'accès aux informations. Les responsables politiques devraient identifier les groupes potentiellement vulnérables, par exemple les utilisateurs structurellement écartés des contenus médiatiques, ou risquant de recevoir une offre d'informations moins diversifiée ou de payer un prix excessif (y compris en termes de vie privée), et développer des solutions donnant aux utilisateurs plus de latitude pour exercer leur liberté d'expression dans un contexte d'automatisation des médias.

INTRODUCTION

Les médias jouent un rôle essentiel dans les démocraties occidentales. La Cour européenne des droits de l'homme (Cour eur. DH) a maintes fois confirmé ce rôle démocratique : pourvoyeurs d'informations¹, les médias créent aussi des espaces de débat² et contribuent à défendre les intérêts publics³. La mission assurée par les médias est protégée par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (CEDH), qui garantit à chacun « la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière ».

Les technologies façonnent l'exercice de ce rôle démocratique (Balkin, 2018). Au fil du temps, différentes innovations technologiques ont suscité pour les médias de nouvelles façons de travailler, et pour le public de nouvelles façons de s'informer. L'intelligence artificielle, objet de notre rapport, n'y fait pas exception. Les applications d'IA pourraient révolutionner la production et la diffusion des informations, les relations entre les médias et leurs utilisateurs et même tout l'écosystème des médias. Presque trois quarts des directeurs de rédaction, chefs d'entreprise et responsables de médias numériques interrogés pour le *Digital News Report* 2018 indiquaient expérimenter ou prévoir d'expérimenter des applications d'IA (Newman, 2018, p. 29).

Il faut le souligner : les applications d'IA sont plus qu'une technologie. Dans ce rapport, nous les envisageons comme une construction socio-économique, c'est-à-dire comme des technologies inscrites dans des organisations ayant leurs propres buts, valeurs et libertés fondamentales ; des technologies qui facilitent, mais aussi transforment les interactions avec l'environnement humain, économique et social dans lequel elles s'inscrivent. Les applications d'IA peuvent donc affecter l'écosystème informationnel sur au moins trois aspects : production et diffusion, utilisateurs individuels, et le milieu des médias en général.

En Europe et au-delà, les instances régulatrices et législatives s'intéressent de près aux applications d'IA et à leur impact sur la société et les valeurs communes. De nombreuses institutions publiques et privées rédigent actuellement des normes éthiques et juridiques pour un usage responsable des applications d'IA dans plusieurs secteurs, de la médecine à l'enseignement en passant par les services publics. Parmi elles, le Conseil de l'Europe occupe une place à part, puisque sa mission est précisément de protéger et de promouvoir les droits de l'homme dans certains de ces secteurs, dont les médias. Les recommandations et déclarations du Conseil de l'Europe orientent ses États membres sur les moyens de créer les conditions nécessaires à un haut

1. *Barthold c. Allemagne*, 1985, par. 59.

2. *Társaság a Szabadságjogokért c. Hongrie*, 2009, par. 27. Voir aussi 4^e Conférence ministérielle européenne du Conseil de l'Europe sur la politique des communications de masse, Résolution n° 1 sur l'avenir du service public de radiodiffusion, 1994.

3. *Barthold c. Allemagne*, 1985, par. 59 ; *Lingens c. Autriche*, 1986, par. 44.

niveau de protection des droits de l'homme. L'article 10 CEDH a toujours été crucial à cet égard. À l'heure où l'on s'interroge sur les règles qui devraient encadrer l'analyse des données et leur traitement automatique, la riche expérience du Conseil de l'Europe autour de l'article 10 CEDH est nécessaire pour élargir le débat, jusqu'ici très centré sur le droit de la protection de données. Dans ce rapport, nous expliquerons que l'usage des applications d'IA devrait indéniablement protéger la vie privée et les données, mais aussi respecter l'article 10 CEDH.

Notre rapport suit la structure suivante: après un bref exposé de l'impact des applications d'IA au sein des médias et sur le travail des journalistes et des responsables de rédaction, nous mettrons en avant certaines de leurs incidences sur les personnes s'intéressant à l'actualité et sur la société en général. Après cette partie empirique, nous étudierons les applications d'IA sous l'angle de l'article 10 CEDH, et analyserons les instruments normatifs existants du Conseil de l'Europe pour déterminer dans quelle mesure ils traitent déjà de l'IA ou pourraient contribuer à résoudre certains des problèmes soulevés dans ce rapport. Pour conclure, nous proposerons des thématiques et domaines d'intervention qui mériteront notre attention à l'avenir. Le présent rapport est le fruit d'une coopération interdisciplinaire entre des spécialistes du journalisme (Dr Mariella Bastian), des communications (Dr Judith Moeller) et du droit (Sarah Eskens, Max van Drunen, Natali Helberger), tous membres de l'équipe ERC PersoNews (dirigée par Natali Helberger⁴).

JOURNALISME, DÉMOCRATIE ET LIBERTÉ DES MÉDIAS

En théorie comme en pratique, le journalisme revêt une importance particulière pour la santé de la démocratie. Il y a deux grandes raisons à cela: d'une part, le journalisme offre aux citoyens les informations nécessaires pour décider pour qui voter (fonction informative); d'autre part, les journalistes et les médias peuvent surveiller les puissants et assumer ainsi une fonction de contrôle, d'où leur surnom de « quatrième pouvoir » (McNair, 2009).

D'un point de vue normatif, le journalisme assure trois types de tâches dans une démocratie:

- ▶ 1. « *observer et informer*, avant tout dans un esprit de service;
- ▶ 2. *participer* à la vie publique en tant qu'acteur indépendant, à travers des commentaires critiques, des conseils, des plaidoyers et l'expression d'opinions;
- ▶ 3. *fournir* un vecteur, un forum ou une plate-forme à des voix et sources extérieures aux médias pour toucher un certain public » (Christians et al. 2009, p. 116; italiques issus de l'original).

Pendant, les médias ne peuvent remplir ces fonctions démocratiques qu'à certaines conditions. Ces conditions sont assurées par l'État (gouvernance démocratique), par le marché (ressources suffisantes pour un journalisme de qualité) et par le public (participation à des débats ouverts, confiance envers les médias) (Voltmer, 2013; Christians et al., 2009), ainsi que par les institutions journalistiques elles-mêmes (existence des structures nécessaires à la collecte et à la diffusion des informations depuis des sources et perspectives variées, « usage actif de la liberté de la presse dans le contexte d'une sphère publique saine ») (Christians et al., 2009, p. 117).

Pour que ces conditions soient réunies, la liberté des médias et la liberté d'expression jouent un rôle central, notamment parce qu'elles déterminent les modalités de circulation des informations, ainsi que les échanges (ou l'absence d'échanges) entre les acteurs journalistiques et la population. Karlekar et Becker (2014) ont montré empiriquement que la liberté de la presse était « un déterminant clé du niveau général de démocratie dans un pays. Le plus souvent, quand le degré de liberté des médias change, c'est aussi le cas pour d'autres libertés, ce qui en fait un bon indicateur de la santé globale d'une démocratie » (p. 32). Les auteurs constatent « une forte corrélation entre l'évolution du niveau général de démocratie et celui de la liberté des médias, signe de symbiose entre ces deux éléments » (p. 33). Par conséquent, les incidences produites par les technologies numériques sur les médias constituent un bon indicateur de leurs incidences sur les sociétés démocratiques en général.

4. Nous souhaitons remercier Charlotte Altenhoener-Dion pour ses retours précieux et très informés. Nous remercions également Wolfgang Schulz, Damian Tambini, Francesca Montagna, Urska Umek et Silvia Grundmann pour leurs utiles observations. Certaines parties de cette étude ont été rendues possibles par un financement du Conseil européen de la recherche (subvention n° 638514).

INTÉGRATION DES APPLICATIONS D'IA DANS LE TRAVAIL JOURNALISTIQUE

L'expérimentation des applications d'intelligence artificielle dans le travail journalistique est actuellement en hausse (Reuters Institute, 2018). Même si cette montée était déjà signalée par Lemelshtrich, Latar et Nordfors en 2009, d'énormes divergences persistent aujourd'hui entre pays et entre entités médiatiques sur l'opportunité d'intégrer – ou de prévoir d'intégrer – les applications d'IA dans les pratiques et les produits journalistiques, ainsi que sur l'approche à retenir, en particulier dans la conception des algorithmes (pour en savoir plus sur le déploiement des algorithmes, voir Bodó, 2018; Van den Bulck & Moe, 2017). Toutefois, il y a de bonnes raisons de penser que cette évolution va se poursuivre dans le journalisme, de la même manière que dans d'autres domaines personnels et professionnels (Newman, 2018). Comme Loosen (2018), dont les travaux suivent « la montée des données dans le journalisme, dans l'environnement médiatique et dans toute la société » (p. 4), nous reconnaissons que « les algorithmes ne sortent pas de nulle part » (p. 5) et que cette « datafication » s'inscrit dans « un processus plus large de transformation sociétale » (p. 9).

Cela étant, les recherches sur le rôle des applications d'IA dans le journalisme restent limitées, et nous n'avons pas encore de vue d'ensemble de ce phénomène. Généralement, les recherches existantes portent sur études de cas isolées, des champs d'application très spécifiques ou, au contraire, de vastes thématiques au sein desquelles l'impact de l'IA sur les métiers du journalisme n'est abordé qu'à la marge.

Les médias et journalistes peuvent intégrer les applications d'IA à différents niveaux : production de contenu, logique et modalités de diffusion, et sujets traités. On trouve des exemples de recours aux applications d'IA dans différents pays et sur tous types de médias : publics et privés, sur papier et en ligne, dans des agences de presse, à la radio et à la télévision. Concrètement, les applications d'IA peuvent porter sur trois grands domaines :

- ▶ **1. Aide à la recherche et à la production de contenus : journalisme assisté par IA.** En général, les pratiques journalistiques utilisant les données, et notamment une partie de ce qu'on nomme journalisme assisté par ordinateur (JAO) ou data-journalisme (Coddington, 2015), reposent sur des algorithmes. Ces concepts désignent l'application au journalisme de méthodes informatiques permettant d'exploiter les *big data* ; cependant, ils recouvrent des pratiques plus ou moins éloignées des normes journalistiques. Le JAO, par exemple, « est une forme d'exploitation des données presque entièrement soumise aux principes du journalisme professionnel » (Coddington, 2015, p. 338).
- ▶ En plus des reportages fondés sur l'exploitation de données, les applications d'IA peuvent servir à alléger les tâches routinières des journalistes, depuis la vérification des faits jusqu'à la traduction de textes en passant par la transcription de vidéos (George, 2018; Newman, 2018).
- ▶ **2. Production de contenus : rédaction entièrement automatisée** (dite « publication algorithmique » ou « robot-journalisme »). Bien qu'encore à un stade précoce, le journalisme automatisé est un phénomène en expansion, en particulier dans les domaines où faits et chiffres occupent une grande place, comme l'actualité sportive ou économique (George, 2018; Carlson, 2015). La rédaction automatique intéresse surtout les médias centrés sur l'exposé de faits et pour lesquels la vitesse et le volume sont des indicateurs importants, comme les agences de presse (voir par exemple le recours avancé aux robots chez Associated Press; Meedia, 2019; Linden, 2017).

Comme les outils d'aide au journalisme fondés sur l'IA, les articles automatiques, associés à des articles rédigés par des journalistes humains, peuvent présenter l'avantage de réduire les tâches répétitives : « Ils permettent aux journalistes de se concentrer sur les tâches plus complexes, dans un contexte où les médias connaissent des difficultés financières » (Montal & Reich, 2017, p. 829). Ainsi, les articles générés automatiquement augmentent la vitesse et le volume d'articles disponibles et obéissent aussi à des considérations économiques (Graefe et al., 2016; van Dalen, 2012; Thurman, Dörr & Kuhnert, 2017). On trouve déjà des exemples d'automatisation à grande échelle couronnés de succès, puisqu'ils se sont traduits par une augmentation des abonnements. L'« Homeowners Bot », lancé par MittMedia (Suède), génère automatiquement des articles sur l'état du marché immobilier à partir des chiffres locaux des transactions immobilières (Jacobsen, 2019). D'après MittMedia, en quatre mois seulement, le bot a produit 10 000 articles et plus de 300 personnes se sont abonnées après avoir lu un article créé par le bot (Govik, 2018).

- ▶ **3. Diffusion de contenus : recommandations et sélections automatiques.** Les applications d'IA peuvent servir à modifier les modes de diffusion des contenus. Au lieu (ou plutôt, en plus) d'adresser les mêmes reportages à tout leur public, de plus en plus de médias proposent des contenus adaptés à chacun de leurs utilisateurs. Ils peuvent ainsi exploiter « la richesse et la diversité cachées de leurs contenus » (Bodó, 2018, p. 14) en évitant la concentration du lectorat sur quelques reportages.

Il n'y a pas nécessairement de séparation entre ces trois domaines ; par exemple, des articles automatiques ou rédigés avec l'aide d'applications d'IA peuvent être diffusés de manière personnalisée.

Les applications d'IA utilisées par d'autres acteurs que les médias classiques, comme les réseaux sociaux, bousculent les modèles commerciaux traditionnels du secteur, et forcent les entreprises de médias à adapter leurs concepts et leurs procédures aux nouveaux modes de consommation : faut-il se lancer sur ces modes de diffusion supplémentaires et si oui, comment ? Le filtrage algorithmique opéré sur les réseaux sociaux, en particulier Twitter, impacte la diffusion des informations mais aussi le travail journalistique lui-même : les journalistes tirent de plus en plus leurs sources des réseaux sociaux (Bell et Owen, 2017 ; von Nordheim, Boczek & Kopper, 2018). Enfin, les journalistes y trouvent un espace où échanger (différemment) avec certaines parties de leur public, avec d'autres journalistes et avec des parties prenantes telles que les responsables politiques (Molyneux & Mourão, 2019 ; Lewis, Holton & Coddington, 2016).

Le recours aux applications d'IA et aux technologies numériques a donc un impact sur les processus de travail et sur les produits journalistiques, mais aussi sur d'autres dynamiques, avec notamment la création de nouveaux postes et de nouveaux métiers au sein des entités médiatiques. Ces changements appellent également à mettre à jour la formation des journalistes.

RESPONSABILITÉS : LE JUGEMENT HUMAIN FACE À L'AUTOMATISATION

Bien que l'impact exact des technologies d'IA sur le travail des journalistes, et en particulier sur la qualité, les valeurs et les normes journalistiques, reste difficile à évaluer à l'échelle de l'Europe au-delà de cas isolés, il y a clairement un intérêt crucial à déterminer la part d'intervention humaine. Les applications d'IA peuvent à la fois faciliter le travail journalistique et avoir des effets regrettables sur ses procédures et ses pratiques. Dans certaines situations, l'automatisation peut remettre en cause l'indépendance éditoriale des médias et leur professionnalisme, par exemple si une conception irresponsable des algorithmes remplace l'exercice d'équilibrage au cœur du métier de journaliste : « Les nuances du journalisme exigent des décisions éditoriales » (Bell et Owen, 2017). L'absence de contrôle humain sur les algorithmes pourrait aussi avoir des effets inquiétants si ces algorithmes sont conçus pour servir des visées spécifiques (politiques ou hostiles) ou pour répandre la propagande ou la désinformation.

Au sein des entités médiatiques, il semble y avoir débat sur les acteurs et/ou les départements à qui confier la conception, le développement ou le déploiement d'applications d'IA, et par conséquent sur une éventuelle mutation de l'« autorité journalistique » (Carlson, 2015). Ce débat est alimenté par l'émergence de nouveaux métiers et de nouveaux postes au sein des entreprises de médias. Comme le montrent les recherches en cours, le développement et la mise en œuvre des applications d'IA, telles que les recommandations fondées sur des algorithmes, sont assurés par de nombreux acteurs différents – parfois, mais pas toujours issus du journalisme : chefs de départements (comme le département Numérique), spécialistes des données, concepteurs de produits, personnes chargées de sonder l'audience. Et il est parfois difficile de dire qui est responsable, en dernier ressort, des conséquences du recours à des applications d'IA.

Pour déterminer les responsabilités dans la conception et le déploiement des applications d'IA, il faut avant tout observer l'équilibre entre appréciation humaine et automatisation et l'impact de cette dernière sur les prises de décision humaines. Ainsi, « la distinction entre jugement journalistique professionnel et prise de décision algorithmique » (Carlson 2018, p. 1768) se trouve au cœur des rapports qui pourraient s'établir entre journalistes humains et intelligence artificielle.

Concernant la place du jugement humain dans la production d'informations, les décisions sur la pertinence (quels sujets couvrir, quels articles publier) sont peut-être les plus parlantes. Or, les preuves empiriques montrent que les nouvelles technologies, telles que l'analyse du trafic internet ou les mesures d'audience, ont un effet sur l'appréciation de la valeur des informations⁵, et donc sur les décisions éditoriales concernant les sujets à retenir et leur hiérarchie (voir entre autres Tandoc & Ferrucci, 2017 ; Lee et al., 2014). Bien que les processus de sélection obéissent à des modèles spécifiques, enseignés dans la formation des journalistes, appliqués par les médias et ayant déjà fait l'objet d'une abondante littérature, il est peu probable que deux directeurs de rédaction choisissent exactement les mêmes thèmes et la même hiérarchie de présentation. Transposer cet exercice dans les systèmes algorithmiques de recommandation, en y ajoutant d'autres déterminants (spécifiques à chaque utilisateur), constitue un énorme défi pour toutes les entités médiatiques.

5. Il est important de distinguer les valeurs applicables d'une part aux informations, et d'autre part au travail journalistique. Les premières (actualité, fréquence, négativité) renvoient à des critères qui déterminent la probabilité qu'un article soit publié ou non ; les secondes portent sur les principes sous-jacents au travail journalistique (comme l'objectivité et la véracité, pour n'en citer que deux parmi les plus largement reconnues).

Sachant qu'un contenu journalistique est dit automatique lorsqu'il est produit « sans aucune intervention humaine hormis les choix de programmation initiaux » (Carlson, 2015, p. 416), il devient essentiel d'identifier tous les acteurs, et non uniquement les journalistes, qui pourraient être tenus pour responsables des effets des applications d'IA. Même en cas d'intervention humaine minimale, les relations entre jugement algorithmique et humain ont toujours un impact sur la phase de publication et sur le produit lui-même – puisqu'il faut bien poser une question essentielle, celle de l'auteur (Montal & Reich, 2017). *Qui est l'auteur d'un article généré automatiquement ?* « La détermination de l'auteur traduit les conceptions socioculturelles sous-jacentes aux algorithmes et à leur rôle, potentiel ou réel, dans le journalisme » (Montal & Reich, 2017, p. 830-831), et l'importance de cette question explique la multiplication des appels à plus de transparence, notamment sur les algorithmes (Diakopoulos, 2014).

Comme le montrent des données issues de différentes parties du monde, les relations entre les journalistes et l'automatisation peuvent énormément varier, selon le contexte socioculturel et des facteurs tels que le paysage politique et médiatique. Par exemple, Kim & Kim (2018) observent parmi les journalistes sud-coréens diverses attitudes envers l'automatisation du journalisme : certains ne s'inquiètent pas, car les « robots » ne seront selon eux jamais capables d'accomplir certaines tâches clés ; d'autres voient dans les « robots journalistes » des « rivaux potentiels » (Kim & Kim, 2018, p. 354), tandis qu'un troisième groupe estime que le journalisme automatisé pourrait avoir des applications bénéfiques. Toutefois, les auteurs constatent également que « les journalistes ont le sentiment que les robots pourraient porter atteinte à la valeur du journalisme » (Kim & Kim, 2018, p. 354).

Dans une série d'entrevues avec des journalistes de la BBC, de CNN et de Thomson Reuters, Thurman et al. (2018) constatent que les journalistes eux-mêmes décèlent dans le journalisme automatisé de sérieuses limites, notamment « le manque de point de vue humain dans les textes produits » et « la difficulté à modéliser les données en faisant preuve de créativité » (p. 1254). Mais ils ne lui trouvent pas que des défauts et citent même des résultats positifs, comme la réduction des partis pris et inexactitudes et des gains en « profondeur, largeur de champ, précision, accessibilité et immédiateté » (Thurman et al., 2018, p. 1255). De ce fait, « l'automatisation pourrait en fait accroître le besoin en compétences très humaines, caractéristiques du bon journalisme – jugement, curiosité, aptitude au doute – et nous permettre de nous informer de façon succincte, exacte et complète sur le monde qui nous entoure » (Thurman et al., 2018, p. 1255).

Dans le même esprit, nous estimons bénéfique de prendre au sérieux le rôle des journalistes lors de l'adoption d'applications d'IA. En effet, « les algorithmes doivent être compris comme des *processus* matériels et sociaux, puisque leurs calculs peuvent directement reposer sur l'apport des programmeurs ou sur des données issues des calculs des étapes précédentes » (Klinger & Svensson 2018, p. 4655). De leur côté, les programmeurs devraient dans l'idéal avoir été en contact avec des journalistes/rédacteurs, afin de connaître la manière humaine de prendre des décisions éditoriales. Les algorithmes, « conçus et programmés par des êtres humains travaillant dans et pour des organisations, [...] incarnent des modèles économiques et des valeurs sociales. Ils traduisent des intentions humaines et institutionnelles (qu'ils peuvent satisfaire ou non) » (Klinger & Svensson 2018, p. 4658). En outre, nous appelons à tenir davantage compte des conséquences (imprévues) des interactions entre les applications d'IA créées par des médias avec d'autres systèmes, comme les sites de réseaux sociaux.

APPLICATIONS D'IA ET VALEURS

Nous manquons, à ce jour, de preuves empiriques de l'impact effectif des applications d'IA sur les valeurs et les normes journalistiques, mais des recherches en cours pointent déjà l'importance de la transparence pour préserver la confiance et la crédibilité. Par ailleurs, nos recherches montrent que les entités médiatiques sont en train de repenser leurs relations avec le public au regard, notamment, des usages qu'elles font de l'intelligence artificielle. Les médias ne sont plus les seuls à définir l'ordre du jour et à fixer des limites. Reste à savoir quel degré d'intervention ils peuvent et doivent accorder à leurs utilisateurs, question qui fait encore débat, y compris dans les salles de rédaction.

S'agissant de la conception d'algorithmes sensibles aux valeurs, les médias publics occupent peut-être une place particulière. Ils sont tenus d'adhérer à des valeurs spécifiques qui peuvent entrer en conflit avec l'adoption de certaines applications d'IA, comme Van den Bulck et Moe (2017) le montrent si bien en soulignant le dilemme entre universalité et personnalisation des informations.

L'une des valeurs journalistiques au cœur des débats sur les applications d'IA est l'objectivité, c'est-à-dire l'une des valeurs les plus traditionnelles. Avec la montée des algorithmes, l'objectivité regagne de l'importance dans le débat plus large sur la qualité de l'information : ce que Gillespie (2014) a nommé l'« objectivité algorithmique » repose, contrairement à l'objectivité comme valeur journalistique, « beaucoup moins sur l'expérience et sur les normes institutionnelles, et davantage sur une promesse de neutralité mécanique assurée par la technologie ». La valeur « objectivité » est devenue clé dans le débat sur les rôles respectifs des journalistes et des algorithmes dans la production d'informations : « Les algorithmes et le professionnalisme [journalistique] fondent tous deux leurs prétentions d'autorité sur un langage de rationalité et d'objectivité » (Carlson, 2018, p. 1763).

Comme l'objectivité, la diversité est une valeur journalistique aussi essentielle que difficile à définir, en particulier dans l'environnement médiatique en ligne. C'est une notion aux multiples facettes (Van Cuilenburg, 2000), qui peut s'appliquer à des objets divers : sujets traités, sources, styles, tendances politiques, opinions, aspects culturels, etc., pour ne nommer que quelques-unes des manières de diversifier les contenus. Cependant, les entités médiatiques peinent à traduire ce concept en autre chose qu'une diversification des sujets, et il est extrêmement difficile de quantifier la diversité pour la transposer dans des applications d'IA. Les fils d'actualité personnalisés illustrent bien ce défi : les médias s'efforcent de produire des contenus diversifiés, mais doivent aussi faire en sorte que leur public *reçoive* une sélection d'actualités diversifiée (« diversité d'exposition », Helberger, 2011).

Souvent, les codes d'autorégulation existants ne mentionnent pas les applications d'IA. C'est le cas à la fois des codes adoptés par des médias individuels et de ceux publiés par des organisations internationales, comme la FIJ (Fédération internationale des journalistes). Certaines entités médiatiques abordent d'elles-mêmes la question des normes que leurs algorithmes devraient respecter, indépendamment de codes ou de manuels.

En résumé, médias et journalistes utilisent les applications d'IA de diverses manières, notamment pour produire des contenus (sous la forme d'outils d'aide au journalisme ou de journalisme automatisé), pour organiser et mettre en œuvre la diffusion des informations, ou pour écrire au sujet de ces applications. Parallèlement à l'apparition de nouveaux postes, compétences et métiers dans les salles de rédaction, l'incertitude règne souvent lorsqu'il s'agit d'attribuer les responsabilités des conséquences que peut avoir l'usage des applications d'IA. On voit également naître des inquiétudes sur la préservation de l'indépendance éditoriale, du professionnalisme et des valeurs journalistiques.

APPLICATIONS D'IA, MÉDIAS ET UTILISATEURS

Du point de vue des utilisateurs à la recherche d'informations et d'actualités, les applications d'IA ont de nombreux avantages. Les systèmes de filtres et de recommandations fondés sur l'IA peuvent repérer les contenus les plus pertinents pour tel ou tel utilisateur, en tenant compte du contexte – par exemple, on n'aspire pas toujours à lire le même article le dimanche matin ou dans le métro de retour du travail. Les actualités personnalisées peuvent aussi satisfaire différentes habitudes de lecture, influencées par notre rôle social (notre place dans la vie professionnelle, familiale ou citoyenne). Les nouvelles applications d'IA peuvent même adapter le *contenu* des articles aux utilisateurs et à leur contexte, augmentant ainsi la chance que ce contenu soit effectivement consulté et jugé utile.

Cependant, ces avantages s'accompagnent d'un certain nombre d'écueils. Parmi les plus importants, citons le risque de créer un parti pris dans les actualités auxquelles les utilisateurs sont exposés, la collecte et le stockage massifs de données sur tous les utilisateurs, les risques de manipulation ciblée et la faible latitude laissée aux utilisateurs dans leurs interactions avec les applications d'IA. Nous allons revenir sur tous ces points dans les paragraphes qui suivent.

Concernant l'application de l'IA aux informations, l'inquiétude qui fait le plus parler d'elle est la potentielle création de « bulles de filtres » (Pariser, 2011). Une bulle de filtres est « un écosystème personnel d'information fourni par des algorithmes à ce qu'ils pensent être vous⁶ » : les systèmes de filtrage par IA détecteraient ce que nous pensons et, dès lors, ne nous présenteraient plus que l'écho de ces pensées. Sans le remarquer, nous ne serions plus confrontés à des informations favorisant la tolérance et remettant en cause nos convictions établies.

6. Eli Pariser dans un entretien pour *The Atlantic* : Parramore, (10 octobre 2010), « The Filter Bubble », consultable sur : <https://www.theatlantic.com/daily-dish/archive/2010/10/the-filter-bubble/181427/>

Bien que les preuves empiriques de ce phénomène soient rares (pour un aperçu, voir Fletcher & Nielsen, 2017), plusieurs études expérimentales (dont Dylko et al., 2017, Quattrociocchi et al., 2016) ont montré que ces bulles de filtres pouvaient effectivement exister dans des conditions de laboratoire. En outre, les recherches consacrées aux biais algorithmiques montrent clairement que les applications d'IA reprennent et amplifient les partis pris humains existants (voir par exemple Noble, 2018). La question de l'impact des applications d'IA sur les utilisateurs et, partant, sur la formation de l'opinion publique mérite donc d'être posée. Premièrement, quels forums restent ouverts aux idées des populations minoritaires dans des systèmes algorithmiques imprégnés de parti pris à leur rencontre? Deuxièmement, bien que le filtrage par IA n'ait pas nécessairement des effets sur chacun de nous, il faut tenir du compte du fait que certains groupes n'ont ni les compétences, ni la motivation nécessaires pour ajuster leurs paramètres en vue d'obtenir un régime d'information diversifié (Bodó et al., 2019). Nous avons récemment constaté, par exemple, que les personnes s'intéressant peu à la politique étaient beaucoup moins susceptibles de recevoir des actualités par le biais de réseaux sociaux ou de recherches en ligne (Moeller et al., sous presse).

Ce point est particulièrement important, car les technologies de recommandation par IA peuvent très fortement encadrer le régime informationnel des consommateurs d'actualités. D'après le Reuters Institute (2018), « pour deux tiers des utilisateurs d'actualités en ligne interrogés sur 37 marchés différents à travers le monde, les modes d'information diffusés constituent le principal moyen de trouver et de consulter des actualités en ligne », les recherches et les réseaux sociaux ayant de loin le plus d'influence (Newman, 2018), suivis des agrégateurs, des courriers électroniques et des alertes sur mobiles. En définissant ce que les utilisateurs reçoivent et quand, les applications d'IA peuvent définir leurs préoccupations du moment. Elles aggravent donc les risques de manipulation, par exemple à travers la hiérarchie des actualités. Un parti politique pourrait payer pour que les informations sur un thème spécifique soient présentées comme prioritaires, suscitant artificiellement une impression d'urgence (Wojcieszak & Garrett, 2018). Or, la mise en lumière de sujets sur lesquels, aux yeux des électeurs, tel ou tel parti politique est le plus compétent modifie les références utilisées pour prendre des décisions de vote (Kleinnijenhuis, 1998). Lorsqu'en outre, les messages ciblent les goûts et les points sensibles de chaque utilisateur, par exemple en incluant des arguments affectifs ou rationnels, en évoquant des personnes ayant le même profil démographique ou en s'adaptant à des traits de personnalité, comme l'extraversion (Matz et al., 2017), leur efficacité peut devenir redoutable.

Le rôle de gardiens assuré par des sites tels que Google ou Facebook dépasse la simple définition des priorités dans les fils d'actualités. Ces sites emploient de plus en plus les applications d'IA pour filtrer et bloquer certains types de messages, comme les différentes formes de discours de haine, les informations trompeuses, la désinformation et les contenus terroristes, s'ils ne respectent pas leurs conditions générales. Bien que, comme de nombreux chercheurs en conviennent, les applications d'IA fassent partie des solutions à long terme pour surveiller les contenus en ligne (Wright 2017), les normes et modalités appliquées pour filtrer les contenus ou bloquer leur téléchargement peuvent favoriser ou, au contraire, saper la liberté d'expression, et donc déterminer le type de discours politique admis et le processus de formation des opinions. Les applications d'IA ont alors un impact sur la liberté d'expression non seulement dans les médias, mais aussi dans l'ensemble de la société.

Autre point à prendre en compte, les systèmes de recommandation et de filtrage par IA sont souvent indissociables d'une surveillance à grande échelle des habitudes de navigation des utilisateurs. Outre ses incidences sur la vie privée, la collecte massive de données sur la consultation d'informations politiques affecte le rapport à l'actualité. Elle pourrait aussi avoir des *effets tétanisants*, c'est-à-dire dissuader certains utilisateurs de consulter ou de commenter des informations politiques par crainte de conséquences négatives (Schauer, 1978; Stoycheff 2016; Townend, 2017; Penney 2016, 2017). Bien que de tels effets ne soient pas encore étayés par de solides preuves empiriques, il faut garder à l'esprit qu'ils sont plus susceptibles de se produire dans les régimes caractérisés par un manque de liberté politique.

Par ailleurs, savoir si les actualités sont créées ou gérées par des machines ou par des êtres humains a de l'importance pour les utilisateurs. Nos recherches montrent que la réaction des utilisateurs aux sélections par IA dépend, entre autres, de la diversité des résultats (Bodó et al., 2019). Et bien que la plupart n'aient aucune objection majeure à ce que des informations soient diffusées à l'aide d'applications d'IA (Thurman et al., 2018), ils ne considèrent pas cette sélection de la même manière s'ils savent qu'elle a été effectuée automatiquement. Pour beaucoup d'utilisateurs, la sélection automatique réduit l'influence de la subjectivité des journalistes humains, et même l'influence gouvernementale; mais elle crée le risque d'un mauvais profilage et menace la vie privée (Monzer et al., 2018). Cet argument prend encore plus de poids lorsque le récit lui-même est créé automatiquement. Savoir qu'un contenu a été généré automatiquement sans validation par un journaliste professionnel affecte le degré de confiance envers ce contenu (Jung et al., 2017).

Une expérience de Graefe et al. (2016) a montré que les utilisateurs tendaient à percevoir les articles produits automatiquement comme plus fiables que ceux rédigés par des humains, mais à trouver les seconds plus agréables à lire. Toutefois, les écarts mesurés sont faibles, ce qui indique que des recherches supplémentaires, par d'autres équipes, seraient nécessaires pour connaître les résultats obtenus avec des sujets, pays et groupes d'utilisateurs différents. Quoi qu'il en soit, les relations entre la confiance et la crédibilité d'une part, la production automatique d'informations d'autre part peuvent avoir des incidences sur l'exercice par les utilisateurs de leur liberté d'expression telle qu'affirmée par l'article 10 CEDH.

Enfin, le recours à des applications d'IA altère fondamentalement le degré de contrôle des utilisateurs sur les informations qu'ils consomment. Les applications d'IA permettent d'observer et de mesurer en détail les goûts et les comportements des utilisateurs, ce qui était impossible avec les médias analogiques. Les systèmes de recommandation et de création de contenus par IA sont même conçus pour optimiser la navigation des utilisateurs, désormais placés au centre. Cependant, cette prise en compte de l'utilisateur ne repose que sur un paramètre : les aspects observables, comme les clics ou le temps passé. Dans de nombreux systèmes, les utilisateurs n'ont qu'un seul moyen d'influencer la création et la sélection de contenus spécialement pour eux : opérer des choix *au sein du système*, en y entrant leurs préférences (lorsque c'est possible) ou à travers des clics et autres formes d'interactions observables avec l'algorithme. Cela a deux conséquences majeures. Premièrement, les utilisateurs ignorent de quelles informations ils sont automatiquement écartés. Deuxièmement, ils n'ont aucun contrôle sur les types de données utilisés par le système. D'autres recherches indiquent que les utilisateurs souhaitent jouer un rôle plus actif dans les échanges avec les applications d'IA (Monzer et al., 2018). Cela suppose de comprendre comment ces outils sélectionnent et créent des actualités, et de pouvoir ajuster l'algorithme s'il ne livre pas les contenus souhaités. À l'appui de ce constat, on observe également que les utilisateurs n'apprécient pas de n'avoir aucun contrôle sur leurs échanges avec les systèmes pilotés par IA.

En conclusion, les applications d'IA façonnent la manière dont les utilisateurs reçoivent les informations et en prennent connaissance. Bien que peu de données empiriques prouvent que cela crée des bulles de filtres et, dans l'ensemble, un manque de diversité, certains segments de la population risquent bien d'être structurellement traités différemment des autres. Parmi les autres effets potentiels, les utilisateurs risquent de cesser de s'informer en raison des craintes pour leur vie privée, et de ne pas contrôler suffisamment ce qu'ils reçoivent.

DIMENSION SOCIÉTALE DES APPLICATIONS D'IA DANS LES MÉDIAS

Le filtrage par des applications d'IA peut affecter non seulement les utilisateurs, mais aussi toute la structure de la sphère publique. Si la personnalisation algorithmique est poussée à l'extrême, combinant filtrage et production de contenus, chaque article pourrait un jour ne toucher qu'un public d'une personne. Tous les processus collectifs sur lesquels reposent les démocraties modernes en souffriraient. Par exemple, comment négocier et créer une vision partagée des problèmes à considérer comme les plus importants et des moyens de les résoudre ? Notons que pour le moment, les applications d'IA n'ont pas fragmenté la sphère publique de manière statistiquement significative (Geisset al., 2018, Moeller et al., 2016). Toutefois, les mêmes études montrent aussi que de tels systèmes *ne créent pas* de terrain commun, contrairement aux médias classiques, notamment la presse et la télévision, qui créent clairement un espace de communication commun d'où émergent des sujets de débat public. Cela étant, utilisés à bon escient, les applications d'IA pourraient aussi renforcer le rôle démocratique des médias en les aidant à mieux informer, à diversifier leur offre et l'éventail des thèmes débattus dans la sphère publique et à fournir des informations pertinentes à ceux qui en ont besoin.

La numérisation et l'omniprésence des données affectent également la structure globale et la diversité du paysage médiatique. D'une part, de nouveaux acteurs, comme les sites de réseaux sociaux, modifient le processus de production, de diffusion et de réception des informations. Ils ont eu pour effet secondaire immédiat de désagréger et de morceler les produits médiatiques traditionnels, mais aussi d'amplifier la mésinformation, la désinformation et le potentiel de manipulation malveillante de la sphère publique. L'exploitation des *big data* crée par ailleurs une nouvelle économie, fondée sur le volume, où les acteurs ayant le meilleur accès aux données sont aussi ceux qui peuvent fournir les informations les plus personnalisées (Stone, 2014). Cela se répercute sur la structure du marché : les petits médias sont défavorisés par rapport aux nouveaux super-collecteurs de données, tels que les moteurs de recherche et sites de réseaux sociaux. Des approches

comme «Public money, public code⁷», qui plaident pour que les logiciels financés par les contribuables soient des logiciels libres, peuvent atténuer cet effet dans une certaine mesure, à condition qu'elles parviennent à rendre accessibles tous les codes développés par les médias de service public. Forts de cette technologie, les plus petits médias pourraient élargir leur audience et rendre plus transparente la manière dont les médias publics déploient les technologies numériques.

Il faut aussi noter que beaucoup des effets observés au niveau des utilisateurs ont en fait un impact disproportionné sur la société. Par exemple, la collecte de données sur les habitudes de consommation d'actualités peut ne porter qu'un faible préjudice à chaque utilisateur. Cependant, appliquée à tous les membres de la société, cette collecte peut servir à comparer les profils et, par extrapolation à l'aide d'algorithmes d'apprentissage automatique, livrer des renseignements supplémentaires. Les entités qui savent ce que la grande majorité de la population connaît du monde ont entre les mains un pouvoir considérable qui, si rien ne vient le contrebalancer, ouvre la porte aux abus. Comme le montre bien le débat sur l'influence exercée par des acteurs étrangers sur les électeurs américains, les applications d'IA peuvent servir à des fins stratégiques non prévues et contraires aux principes démocratiques (Kim et al., 2018).

On peut s'attendre à ce que toutes les nouveautés ci-dessus s'accroissent et évoluent encore avec l'arrivée d'applications d'IA plus intimes, comme les assistants virtuels (Lee, 2018; Londen, 2018; Owen, 2018). L'IA autorise, à mesure qu'elle s'insinue dans notre quotidien, une collecte de données numériques de plus en plus riche. L'usage de la voix et les relations informelles tissées par les utilisateurs avec leurs assistants devraient aussi modifier la manière dont les utilisateurs percevront les informations reçues.

Le filtrage par des applications d'IA peut affecter non seulement les utilisateurs, mais aussi toute la structure de la sphère publique, en se répercutant sur les sujets communs à l'ordre du jour et sur la structure économique des services médiatiques.

APPLICATIONS D'IA ET LIBERTÉ D'EXPRESSION

L'article 10 CEDH protège le droit à la liberté d'expression et requiert, par conséquent, un environnement favorable à cette liberté. Ce chapitre est consacré aux obligations négatives et positives qu'ont les États membres pour veiller à ce que la protection offerte par l'article 10 CEDH reste effective en présence des applications d'IA. Nous aborderons les obligations positives des États membres dans le domaine des relations entre individus⁸, comme la protection contre les atteintes aux droits de l'homme par des entreprises de médias privées.

Le Conseil de l'Europe a déjà publié plusieurs lignes directrices et recommandations sur les responsabilités des États membres et des acteurs privés à l'égard des applications d'IA et des *big data*, ou « mégadonnées⁹ ». Les orientations livrées dans les recommandations antérieures sur les médias et la liberté d'expression restent pertinentes pour les applications d'IA. Nous soulignerons les orientations déjà formulées par le Conseil de l'Europe dans des domaines spécifiques, et évoquerons dans la partie conclusive les autres mesures nécessaires.

OBLIGATIONS DES ÉTATS À L'ÉGARD DES MÉDIAS

L'article 10 CEDH interdit aux États membres de s'ingérer sans justification dans le droit à la liberté d'expression des journalistes et des responsables de médias. La Cour eur. DH a établi qu'« [o]utre la substance des idées et informations exprimées, l'article 10 [...] [protègeait] leur mode de diffusion¹⁰ ». Elle a également affirmé que l'article 10 CEDH s'appliquait aux moyens de diffusion « car toute restriction apportée à ceux-ci touche

7. Free Software Foundation Europe (2019), consultable sur : <https://publiccode.eu/>.

8. Voir par ex. *Fuentes Bobo c. Espagne*, 2000, par. 38 ; *Özgür Gündem c. Turquie*, 2000, par. 42–46 ; *Appleby et autres c. Royaume-Uni*, 2003, par. 39 ; *Khurshid Mustafa et Tarzibachi c. Suède*, 2008, par. 32 ; *Verein gegen Tierfabriken Schweiz c. Suisse* (n° 2) [GC], 2009, par. 79–80 ; *Dink c. Turquie*, 2010, par. 106 ; *Centro Europa 7 S.r.l. et Di Stefano c. Italie* [GC], 2012, par. 134.

9. Lignes directrices (Convention 108) sur l'intelligence artificielle et la protection des données, 2019, T-PD(2019)01 (Lignes directrices IA Convention 108) ; Lignes directrices (Convention 108) sur la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel à l'ère des mégadonnées, 2017, T-PD(2017)01 (Lignes directrices Mégadonnées Convention 108) ; Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur les mégadonnées au service de la culture, du savoir et de la démocratie, 2017, CM/Rec(2017)8 (Recommandation sur les mégadonnées au service de la culture). Déclaration du Comité des Ministres sur les capacités de manipulation des processus algorithmiques, 2019, Decl(13/02/2019)1 (Déclaration sur les capacités de manipulation) ; Projet de recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur les impacts des systèmes algorithmiques sur les droits de l'homme, 2018, MSI-AUT(2018)06 (Projet de recommandation sur les systèmes algorithmiques).

10. *Oberschlick c. Autriche*, 1991, par. 57.

le droit de recevoir et communiquer des informations¹¹ ». Par conséquent, il n'appartient ni aux juridictions internes ou supranationales, ni aux autorités de régulation de dire aux médias quelle technique de compte rendu les journalistes doivent adopter¹². Journalistes, médias, réseaux sociaux et moteurs de recherche sont donc libres d'utiliser des applications d'IA pour produire et diffuser des contenus.

Liberté d'expression et robot-journalisme

Comme évoqué au chapitre 2, les applications d'IA peuvent servir à générer des articles (« robot-journalisme »). D'où une question nouvelle : jusqu'où le droit à la liberté d'expression protège-t-il l'« expression » d'applications d'IA entièrement autonomes ? (Massaro, Norton et Kaminski, 2016 ; Collins et Skover, 2018). Il s'agit d'un point important, car les gouvernements pourraient tenter de censurer les contenus indésirables produits par des applications d'IA, comme les *deep fakes* et autres types de contenus audiovisuels falsifiés pouvant être générés de façon automatique (Chesney et Citron, 2017 ; Borel, 2018). Selon nous, l'usage des applications d'IA est indirectement protégé par la liberté qu'ont les médias de recourir à de tels outils et par celle qu'a le public de recevoir des informations ; cependant, nous ne pensons pas que les robots journalistes eux-mêmes soient dotés de droits et de devoirs liés à la liberté d'expression. Une telle assertion poserait problème, puisqu'elle impliquerait que les applications d'IA sont des personnes morales pouvant exercer des droits et assumer des devoirs. Le débat sur la personnalité juridique et la responsabilité des systèmes automatiques est en cours, et n'a pas encore été tranché (Comité d'experts sur les intermédiaires internet, 2017, p. 25 ; Montal et Reich, 2016). Les recommandations du Conseil de l'Europe indiquent que le contrôle éditorial peut être automatisé, mais que l'usage d'outils automatiques peut entraîner des risques particuliers et donc des responsabilités particulières, comme nous le verrons au chapitre 5.1.3¹³.

Création d'un environnement favorable

En plus d'interdire aux États membres de s'ingérer illégalement dans le droit à la liberté d'expression, l'article 10 CEDH emporte pour eux des obligations positives. Dans l'affaire *Dink*, et comme récemment confirmé par l'arrêt *Khadija Ismayilova*, la Cour eur. DH a affirmé que les États membres avaient l'obligation positive de créer « un environnement favorable à la participation aux débats publics de toutes les personnes concernées¹⁴ ». Dans *Dink*, la création d'un environnement favorable signifiait que l'État était tenu de protéger un journaliste contre les agressions de la part de personnes se sentant insultées par ses publications. Dans *Khadija Ismayilova*, l'État avait l'obligation positive d'enquêter plus effectivement sur les intrusions dans la vie privée d'une journaliste en raison de ses enquêtes. Le Conseil de l'Europe a entrepris d'approfondir, dans ses différentes recommandations et publications, la nature de cet environnement favorable, lequel suppose, entre autres, d'offrir aux médias un soutien financier et non financier et de les protéger contre les menaces (y compris numériques¹⁵).

L'apparition des applications d'IA soulève des défis pour la création et le maintien d'un paysage médiatique diversifié. L'inégalité d'accès aux données et aux applications d'IA entre petites et grandes entités médiatiques pourrait créer un environnement défavorable à certaines de ces entités (voir le chapitre 4), voire compromettre leur viabilité économique. Les grandes entités médiatiques, dont les moteurs de recherche et réseaux sociaux, ont accès à de meilleurs outils et à davantage de données (pour entraîner leurs algorithmes), ce qui leur permet de trouver et de toucher plus facilement un public et de lui proposer des recommandations pertinentes – aux dépens des entités plus petites ou locales, qui opèrent en ligne dans le cadre strict des responsabilités découlant du droit des médias et des mécanismes d'autorégulation¹⁶.

11. *Öztürk c. Turquie*, 1999, par. 49. Voir aussi *Autronic AG c. Suisse*, 1990, par. 47.

12. *Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG c. Suisse*, 2012, par. 64.

13. Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété, 2018, CM/Rec(2018)1 (Recommandation sur le pluralisme), par. 2.5.

14. *Dink c. Turquie*, 2010 ; *Khadija Ismayilova c. Azerbaïdjan*, 2019, par. 158. Notons que ces deux affaires portent sur des cas de menaces physiques ou de harcèlement contre des journalistes. L'« environnement favorable » mentionné par la Cour eur. DH ne s'étend pas nécessairement à la protection des médias ou de leurs utilisateurs contre les effets néfastes des applications d'IA sur la liberté d'expression (sauf si ces outils menacent la vie ou la dignité des journalistes, des médias et des autres participants au débat public).

15. Déclaration concernant la viabilité financière du journalisme de qualité à l'ère du numérique, 2019, DECL(13/02/2019)2 (Déclaration sur la viabilité financière du journalisme de qualité) ; Projet de recommandation sur les systèmes algorithmiques, 2018, par. 7.1 ; Recommandation sur le pluralisme, 2018, par. 2.11 ; Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur la protection du journalisme et la sécurité des journalistes et autres acteurs des médias, 2016, CM/Rec(2016)4 (Recommandation sur la sécurité des journalistes), par. 18 et 38.

16. Dans ce contexte, voir aussi la Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur les rôles et les responsabilités des intermédiaires d'internet, 2018, CM/Rec(2018)2 (Recommandation sur les intermédiaires), par. 7.

Les médias ont droit à la liberté d'expression, mais jouent aussi un rôle sociétal ; en effet, ils contribuent à créer un environnement favorable au débat public, entre autres en fournissant aux citoyens et aux responsables politiques un espace où exprimer leurs idées et leurs opinions. En principe, les entités médiatiques sont libres de remplir ce rôle en utilisant des applications d'IA. Cependant, les applications d'IA pourraient menacer cet environnement, si les entités médiatiques et les intermédiaires internet les utilisent pour modérer des contenus générés par les utilisateurs ou mis en ligne par d'autres entités médiatiques (Klonick, 2018 ; Comité d'experts sur les intermédiaires internet, 2017, p. 18-19). Les applications d'IA déployées par les intermédiaires internet pour bloquer des contenus illicites comme le discours de haine, les messages terroristes ou les images d'abus sexuels sur enfants risquent de bloquer aussi des contenus légitimes, car elles ne sont pas (encore) capables de détecter les nuances de contexte qui distinguent les deux types de contenus (Comité d'experts sur les intermédiaires internet, 2017, p. 21 ; Kaye, 2018, par. 29¹⁷). En outre, des intermédiaires internet emploient des applications d'IA pour retirer des contenus qui sont légaux, mais contraires aux conditions du site, ce qui aboutit souvent à restreindre la liberté d'expression sur le site concerné¹⁸.

Le classement et la sélection automatiques des actualités par les intermédiaires internet peuvent, en pratique, ôter de la vue du public les contenus mal classés. La modération et le classement pourraient désavantager les plus petits médias, notamment alternatifs et associatifs, qui ne diffusent leurs contenus que sur des réseaux sociaux, et nuire ainsi au débat public (Newman, 2018, p. 12). Le Conseil de l'Europe constate que lorsqu'ils modèrent ou classent des contenus, les intermédiaires exercent un contrôle similaire à celui de médias, et souligne que leurs devoirs et responsabilités devraient être à la hauteur de leur rôle éditorial¹⁹.

Devoirs et responsabilités des médias

Bien que l'article 10 CEDH prévoie, compte tenu du rôle essentiel de la presse dans une société démocratique, un degré très élevé de protection de la liberté des médias²⁰, l'exercice de cette liberté comporte « des devoirs et des responsabilités » (article 10 CEDH, par. 2). L'étendue des devoirs et responsabilités de chacun dépend de sa situation et du procédé technique utilisé pour communiquer²¹. La Cour eur. DH estime que ces devoirs et responsabilités pèsent non seulement sur les journalistes, mais aussi sur d'autres acteurs contribuant au débat public, dont les propriétaires ou éditeurs de médias²² et les portails d'actualité en ligne²³.

Pour les journalistes et les autres acteurs médiatiques, avoir des devoirs et des responsabilités signifie que l'article 10 CEDH protège leur droit de produire et de publier des informations sur des questions d'intérêt général « dès lors qu'ils s'expriment de bonne foi, sur la base de faits exacts et fournissent des informations « fiables et précises » dans le respect de l'éthique journalistique²⁴ ». Ceux qui produisent ou publient des contenus portant atteinte à l'éthique du journalisme peuvent donc ne pas être protégés par la liberté d'expression, en fonction du contexte et de l'intérêt présenté par les informations pour le public.

Le recours à des applications d'IA pour offrir des informations personnalisées s'accompagne de devoirs et de responsabilités spécifiques. Ici, l'impact potentiel du moyen de diffusion revêt une certaine importance²⁵. Sur la base de la jurisprudence antérieure de la Cour eur. DH, le Conseil de l'Europe prescrit une approche

17. Voir en particulier la Recommandation sur les intermédiaires, 2018, par. 1.3.2, 1.3.8, 2.3.5, qui souligne aussi que certains contenus, comme ceux concernant des abus sexuels sur enfants, sont illégaux quel que soit le contexte ; la Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur la protection des droits de l'homme dans le contexte des moteurs de recherche, 2012, CM/Rec(2012)3 (Recommandation sur les moteurs de recherche), par. III.12.

18. Comme le souligne le Conseil de l'Europe, les États devraient garantir que toute violation des droits de l'homme de la part des intermédiaires d'internet puisse faire l'objet d'un recours effectif (Recommandation sur les intermédiaires, 2018, par. 1.5.2).

19. Recommandation sur les intermédiaires, 2018, par. 5 et 1.3.9 ; Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur une nouvelle conception des médias, 2011, CM/Rec(2011)7 (Nouvelle conception des médias, 2011). Sur les responsabilités à l'égard de la diversité de l'offre dans le cadre de systèmes de diffusion automatisés, voir la Recommandation sur le pluralisme, 2018, par. 2.5.

20. *Lindon, Otchakovsky-Laurens et July*, 2007, par. 62 ; *Centro Europa 7 SRL et Di Stefano* [GC], 2012, par. 131 ; *Animal Defenders International*, 2013, par. 102 ; *De Haes et Gijssels c. Belgique*, 1997, par. 37.

21. *Handyside c. Royaume-Uni*, 1976, par. 49.

22. *Sürek c. Turquie* (n° 1), 1999, par. 63 ; *Sürek c. Turquie* (n° 3), 1999, par. 41 ; *Öztürk c. Turquie*, 1999, par. 49 ; *Chauvy et autres*, 2004, par. 79 ; *Éditions Plon*, 2004, par. 50.

23. *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete et Index.hu Zrt c. Hongrie*, 2016, par. 62 ; bien que les responsabilités juridiques des « médias imprimés et audiovisuels classiques, d'une part », et « des médias sur Internet, d'autre part » puissent différer, en raison des différences fondamentales entre un exploitant de portail et un éditeur traditionnel. Voir *Delfi AS c. Estonie* [GC], 2015, par. 113.

24. *Fressoz et Roire* [GC], 1999, par. 54. Voir aussi, entre autres, *Bladet Tromsø et Stensaas* [GC], 1999, par. 65.

25. *Jersild*, 1994, par. 31 ; *Radio France et autres c. France*, 2004, par. 39.

graduelle et différenciée des principes juridiques applicables aux différents acteurs médiatiques²⁶. La Cour eur. DH a développé cette approche dans *Delfi AS*, en affirmant que les responsabilités juridiques des médias imprimés et audiovisuels classiques pouvaient différer de celles des médias sur internet, compte tenu des différences fondamentales entre éditeurs traditionnels et exploitants de portails en ligne²⁷. Comme nous l'avons avancé au chapitre 3, dans certaines conditions, les informations ciblées peuvent avoir un impact plus immédiat et plus convaincant que les offres médiatiques traditionnelles, ce qui pourrait renforcer les devoirs et responsabilités de ceux qui utilisent des applications d'IA pour offrir des informations ciblées²⁸.

L'automatisation des informations et l'apparition des applications d'IA dans les salles de rédaction soulèvent aussi des questions sur l'étendue des devoirs et des responsabilités des intéressés. Des tâches auparavant réalisées par des journalistes et rédacteurs humains sont déléguées à des machines (Bodó, 2018). Comme évoqué au chapitre 2, la plupart des produits médiatiques utilisant des applications d'IA ne sont couverts ni par les codes d'autorégulation, ni par les procédures journalistiques habituelles. Comment demander des comptes aux acteurs médiatiques, dans le cadre de leurs devoirs et responsabilités, pour l'utilisation d'applications d'IA si ce sujet est absent des codes d'autorégulation ? Par ailleurs, qui devrait veiller à ce que le robot-journalisme se plie aux devoirs et aux responsabilités journalistiques ? (Voir Broy et autres, 2017, p. 106).

Lorsque les codes journalistiques existants ne mentionnent pas le recours à des applications d'IA, les médias ont le devoir d'élaborer des règles d'éthique du journalisme applicables à ces outils (Helberger et Bastian, 2019). En outre, il s'ensuit de l'article 10 CEDH que les acteurs des médias sont tenus d'élaborer des règles professionnelles au sujet des risques que représentent les applications d'IA pour l'objectivité et la diversité des médias. Si les journalistes commencent à utiliser des applications d'IA sans suffisamment interroger ces outils et sans bien connaître les problèmes qu'ils peuvent créer, par exemple en cas de données parcellaires ou partiales ou de modèles erronés, le risque de mauvaises pratiques journalistiques est avéré (Hansen et autres, 2017, p. 8).

OBLIGATIONS DES ÉTATS À L'ÉGARD DES PARTICULIERS

Ce chapitre examine les obligations des États membres à l'égard des particuliers, dont l'article 10 protège le droit de recevoir des informations (Eskens, Helberger et Moeller, 2017) et celui d'avoir des opinions. Comme la Cour eur. DH l'a affirmé à maintes reprises, le public a le droit de recevoir des informations et des idées communiquées par les médias²⁹. Ainsi, l'article 10 CEDH « garantit non seulement à la presse la liberté d'informer le public, mais aussi à ce dernier le droit à des informations adéquates³⁰ ». La Cour relève que les sites internet « contribuent grandement à améliorer l'accès du public à l'actualité et, de manière générale, à faciliter la communication de l'information³¹ », et qu'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'information³² », ce qui appelle à examiner de près les restrictions d'accès à internet.

Concernant le droit à recevoir des informations, l'adoption d'applications d'IA peut modifier la qualité et le type des informations que les utilisateurs reçoivent. Des spécialistes du journalisme ont noté que les réseaux sociaux et moteurs de recherche, qui utilisent entre autres des applications d'IA, avaient engendré un système informationnel défavorable au journalisme de qualité (Bell et Owen, 2017). L'optimisation des applications d'IA pour des objectifs à court terme (par exemple, augmenter le nombre de clics et le temps passé sur le site) pourrait, dans le pire des scénarios, restreindre l'accès au type de journalisme qui joue précisément un rôle de sentinelle, par exemple parce qu'il dévoile les agissements répréhensibles d'entreprises ou de responsables politiques ou donne la parole aux minorités³³. En revanche, si les applications d'IA sont optimisées pour incarner des valeurs de service public, elles pourraient infléchir dans le bon sens la qualité et le type des informations proposées aux utilisateurs. La Cour eur. DH a affirmé que les États membres étaient tenus de

26. Nouvelle conception des médias, 2011. Dans le contexte de l'IA, une attention particulière est souvent portée à la nécessité d'exercer la diligence qui s'impose, et au potentiel de discrimination. Recommandation sur les intermédiaires, 2018; Lignes directrices IA Convention 108, 2019.

27. *Delfi AS c. Estonie* [GC], 2015, par. 113.

28. Voir aussi la Déclaration sur les capacités de manipulation, 2019.

29. *Sunday Times c. Royaume-Uni* (n° 1), 1979, par. 65.

30. *Sunday Times c. Royaume-Uni* (n° 1), 1979, par. 66.

31. *Times Newspapers Ltd c. Royaume-Uni* (n° 1 et 2), 2009, par. 27.

32. *Ahmet Yıldırım c. Turquie*, 2012, par. 54.

33. Déclaration concernant la viabilité financière du journalisme de qualité, 2019, par. 7 et 9, sur les pressions en faveur du sensationnalisme; Recommandation sur les intermédiaires, 2018, par. 2.5.

veiller à ce que les citoyens puissent recevoir des informations équilibrées et diversifiées³⁴. On peut considérer que cette obligation positive des États membres s'étend aussi à la qualité des informations reçues via les systèmes de recommandation par IA.

L'obligation positive des États membres à l'égard des relations entre particuliers pourrait englober celle de veiller à ce que les entités médiatiques (moteurs de recherche et réseaux sociaux compris) ne restreignent pas, en utilisant l'IA, le droit de leur public à être informé ou à exprimer une opinion. Les recommandations du Conseil de l'Europe soulignent que les individus devraient être informés des prises de décision algorithmiques qui les concernent, exercer un réel contrôle sur ces processus et avoir accès à des recours effectifs en cas d'atteinte aux droits de l'homme par les acteurs privés qui conçoivent, développent ou déploient des systèmes algorithmiques (notamment des excuses, une rectification et un dédommagement³⁵).

Le droit à recevoir des informations est inséparable du droit au respect de la vie privée et à la protection des données. Les internautes qui savent que les médias utilisent des applications d'IA, et que ces outils reposent sur la collecte de données personnelles, peuvent craindre les conséquences d'une telle collecte, et donc hésiter à consulter les actualités en ligne et les contenus recommandés. De même, la surveillance par l'État de l'utilisation d'internet, et notamment des informations recherchées et consultées en ligne, pourrait dissuader les intéressés d'exercer leurs libertés d'expression et d'information. Au sujet de ce lien entre liberté d'expression et droit à la vie privée, on a parlé d'« intimité intellectuelle » (Richards, 2015 ; Cohen, 1997). Plus généralement, la possibilité qu'un État accède aux données sur les habitudes de lecture individuelles, collectées par les médias et les intermédiaires en ligne pour créer ou améliorer des applications d'IA, constitue une menace latente pour la démocratie.

En termes de jurisprudence, un aspect de l'article 10 CEDH a été assez peu développé : il s'agit du droit d'avoir des opinions³⁶. Ce droit est absolu (Conseil de l'Europe, 1968, p. 4), c'est-à-dire que les États membres ne peuvent le limiter en aucun cas, même en respectant les conditions de l'article 10.2 CEDH. Les États membres devraient aussi protéger les personnes qui consultent des informations contre les atteintes à leur droit d'avoir des opinions de la part d'autres acteurs privés. En effet, des médias peuvent présenter tel ou tel contenu dans l'intention de peser sur les opinions de leur public. Notons que cela ne pose pas nécessairement problème : par exemple, l'existence d'une presse partisane ou la publication de tribunes sont tout à fait légitimes. Cependant, contrairement aux informations personnalisées, les tribunes n'utilisent pas des connaissances recueillies sur chacun des lecteurs pour jouer sur leurs peurs ou leurs points sensibles en vue de les manipuler. En outre, dans le cas des informations personnalisées, il est plus difficile pour les lecteurs de détecter que quelqu'un tente de peser illégitimement sur leurs opinions. Le respect du droit d'avoir des opinions exige donc la transparence sur le recours à des applications d'IA pour convaincre et influencer³⁷.

OBLIGATIONS DES ÉTATS À L'ÉGARD DE LA SOCIÉTÉ

Comme nous l'avons vu au chapitre 2, l'apparition d'applications d'IA dans le monde des médias a suscité des changements structurels dans la manière de produire, diffuser, vendre et consommer l'information. Le paysage médiatique a vu changer son économie, avec l'arrivée de nouveaux acteurs, comme les intermédiaires internet et les développeurs d'applications. Du côté des utilisateurs, la manière de trouver et de consulter les informations a changé. Alertés via les réseaux sociaux, ils lisent l'actualité sur leurs téléphones tout au long de la journée et non à heures fixes (au moment du petit-déjeuner ou du dîner, par exemple).

Sur le plan sociétal, se pose la question de savoir si les nouveaux venus dans le monde médiatique, qui utilisent l'IA pour produire et diffuser des informations, doivent être réglementés. À ce sujet, une question reste ouverte : quelles obligations l'article 10 CEDH entraîne-t-il pour les États membres à l'égard des nouveaux acteurs médiatiques ? Pour couper aux responsabilités éditoriales et à la réglementation applicable aux médias, les intermédiaires internet ne se présentent pas comme des médias, mais comme des entreprises de haute technologie³⁸ (Napoli et Caplan, 2017). Par conséquent, ils ne jouissent pas de la liberté garantie aux médias concernant la sélection et le classement des informations (bien qu'ils soient libres de mener leurs

34. *Manole et autres c. Moldova*, 2010, par. 101.

35. Recommandation sur les intermédiaires, 2018 ; Lignes directrices IA Convention 108, 2019 ; Projet de recommandation sur les systèmes algorithmiques, 2018, par. 5.1.

36. Il existe une jurisprudence sur l'article 19 PIDCP, qui protège également le droit d'avoir des opinions ; voir Kaye (2018).

37. Au paragraphe 9, la Déclaration sur les capacités de manipulation (2019) différencie la persuasion de la manipulation inacceptable, relevant que « celle-ci peut prendre la forme d'une influence subliminale, qui exploite les vulnérabilités existantes ou les biais cognitifs, ou empiète sur l'indépendance et l'authenticité de la prise de décision individuelle ».

38. Castillo, M. (11 avril 2018). « Mark Zuckerberg: Facebook is a technology company, not media company », *CNBC*, consultable sur <https://www.cnn.com/2018/04/11/mark-zuckerberg-facebook-is-a-technology-company-not-media-company.html>.

activités commerciales et que leurs utilisateurs aient le droit de recevoir des informations via leurs sites), et les obligations négatives et positives des États membres en vertu de l'article 10 CEDH ne concernent pas ces « entreprises ». Pourtant, si les législateurs et les responsables politiques imposaient aux intermédiaires internet des devoirs et responsabilités similaires à ceux des médias, ces intermédiaires pourraient aussi invoquer des droits à la liberté d'expression similaires à ceux des médias.

Autre question : comme maintenir la compétitivité des anciens acteurs médiatiques face aux nouveaux, et des « petits » (dont les médias locaux et associatifs) face aux « gros » ? Il en va notamment du pluralisme des médias, qui suppose l'existence d'entités variées représentant des idées et parties prenantes différentes. La Cour eur. DH a affirmé que l'État était « l'ultime garant » du pluralisme³⁹. À cet égard, les États membres peuvent avoir l'obligation positive, en vertu de l'article 10 CEDH, de veiller à ce que le public puisse accéder via les médias « à des informations impartiales et exactes » et « à une pluralité d'opinions et de commentaires⁴⁰ ». Pour garantir le pluralisme, il est important de faire en sorte que des médias libres et indépendants, y compris de service public, puissent continuer à remplir leur mission au sein du nouveau paysage médiatique⁴¹.

Pour assurer un véritable pluralisme, il ne suffit pas que les États membres prévoient l'existence de médias de service public ou de plusieurs médias différents. Ils doivent aussi permettre aux différentes entités médiatiques d'accéder effectivement, et non théoriquement, au marché des médias⁴². Cela suppose que les médias ne se heurtent pas à une situation de monopole sur le marché des idées, et puissent utiliser des technologies innovantes et élaborer des modèles économiques durables. En outre, pour garantir le pluralisme, les États membres devraient créer lorsque nécessaire des conditions favorisant l'exposition du public à de multiples sources et contenus médiatiques (« diversité d'exposition »). Certes, les États membres ne peuvent ordonner à leurs citoyens de consulter des contenus diversifiés ; mais ils pourraient être tenus de supprimer les obstacles à la diversité ou de la favoriser, par exemple en insistant sur l'importance de la diversité dans la conception des algorithmes de recommandation. Dans sa Recommandation sur le pluralisme des médias, le Conseil de l'Europe affirme que l'automatisation des processus éditoriaux influence la visibilité, la facilité de recherche, l'accessibilité et la promotion des contenus médiatiques. Il recommande donc aux États membres d'encourager les réseaux sociaux, les médias, la société civile, les milieux universitaires et les autres acteurs concernés à favoriser en pratique l'exposition des utilisateurs « à la plus grande diversité possible de contenus médiatiques⁴³ ».

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Dans ce rapport, nous avons décrit certaines conséquences majeures des applications d'IA sur les médias, les utilisateurs et la société, sous l'angle de l'article 10 CEDH et des normes et règles du Conseil de l'Europe. Voilà longtemps que le Conseil de l'Europe définit des normes et offre des orientations sur les implications du cadre européen des droits de l'homme pour les activités des médias, de l'industrie des médias en général, des régulateurs, des responsables politiques et des citoyens. Nous allons maintenant tirer de cette analyse plusieurs conclusions concernant les obligations (positives et négatives) des États membres et des médias face aux applications d'IA, s'ils souhaitent à la fois tirer le meilleur parti de ces outils et en réduire les effets nocifs pour l'exercice de la liberté d'expression.

39. *Informationsverein Lentia et autres c. Autriche*, 1993, par. 38.

40. *Manole et autres c. Moldova*, 2009, par. 107.

41. Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur la mission des médias de service public dans la société de l'information, 2007, CM/Rec(2007)3 (Recommandation sur la mission des médias publics) ; Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur la gouvernance des médias de service public, 2012, CM/Rec(2012)1 (Recommandation sur la gouvernance des médias publics)

42. *Centro Europa 7 Srl et Di Stefano c. Italie* [GC], 2012, par. 130.

43. Recommandation sur le pluralisme, 2018, par. 2.5. Voir aussi l'appel à diversifier l'exposition à travers les algorithmes de diffusion utilisés par les intermédiaires (Recommandation sur les intermédiaires, 2018, par. 2.5), et l'appel à ce que les intermédiaires assument des responsabilités d'intérêt public, dont la mise en avant d'informations crédibles, diverses et pertinentes au détriment de la désinformation, dans la Déclaration concernant la viabilité financière du journalisme de qualité, 2019.

APPLICATIONS D'IA ET MÉDIAS D'INFORMATION

Investir dans l'intelligence artificielle et l'innovation

Comme nous l'avons vu, les applications d'IA peuvent appuyer le rôle démocratique des médias et contribuer à un environnement permettant aux utilisateurs d'exercer leur liberté d'expression. Grâce à eux, les médias peuvent entre autres :

- ▶ mieux s'adapter aux centres d'intérêt d'un public hétérogène ;
- ▶ offrir des informations plus pertinentes et plus accessibles ;
- ▶ mettre de nouveaux outils, fondés sur les données, au service du journalisme d'investigation ;
- ▶ automatiser certains processus journalistiques ou éditoriaux pour les rendre plus efficaces, et donc dégager du temps pour le journalisme de qualité, les investigations et le lancement de débats d'intérêt public ;
- ▶ améliorer l'accès aux archives médiatiques et exploiter toute la richesse des informations publiées par le passé ;
- ▶ offrir des services supplémentaires et rendre possibles de nouveaux modèles de financement.

Les États membres devraient, dans la mesure du possible, promouvoir l'expérimentation des applications d'IA et les investissements dans ces outils. Ce point est d'autant plus important qu'on observe une concurrence croissante entre les médias d'information (classiques) et les intermédiaires internet, comme les réseaux sociaux et moteurs de recherche. En outre, l'expérimentation et les investissements sont nécessaires pour que les médias (classiques) réagissent aux nouvelles habitudes de leur public et exploitent au mieux le potentiel des nouvelles technologies⁴⁴. L'accès des médias locaux, associatifs, à diffusion réduite, etc. aux compétences et aux innovations technologiques est également essentiel, vu l'importance de préserver le dynamisme et la diversité du paysage médiatique européen. Il serait souhaitable, pour rendre plus accessibles les applications d'IA tournées vers la liberté d'expression, de favoriser autant que possible des outils à code source libre, au moins pour ceux qui sont développés à l'aide d'argent public⁴⁵.

Créer une déontologie du journalisme algorithmique

Aussi séduisantes que soient les applications d'IA, les médias ont aussi des devoirs et des responsabilités à l'égard de leur public et de la société dans son ensemble. Ils se doivent d'utiliser ces outils d'une manière favorable aux libertés fondamentales et aux valeurs qui caractérisent les marchés et les politiques médiatiques en Europe. Comme le Conseil de l'Europe l'a observé à juste titre, « les règles de conduite, codes de déontologie et normes des médias (et des journalistes) sont au centre du système assurant l'obligation des médias de rendre des comptes⁴⁶ ».

À cette fin, le Conseil de l'Europe a un rôle important à jouer pour encourager et soutenir l'élaboration de lignes directrices sur l'usage responsable des applications d'IA dans les salles de rédaction, par exemple sous forme de codes de déontologie algorithmique. À l'heure actuelle, les codes journalistiques et déclarations de responsabilité éditoriale sont encore très axés sur les méthodes du journalisme traditionnel⁴⁷. L'automatisation de tâches journalistiques, avec les bouleversements structurels qui l'accompagnent, crée de nouveaux enjeux éthiques et juridiques non couverts par les codes et procédures existants.

L'éthique du journalisme algorithmique devrait indiquer, par exemple, comment déployer de façon responsable les applications d'IA dans le journalisme et comment interpréter dans ce nouveau contexte des notions traditionnelles comme l'équité, l'équilibre ou la diversité. De ce fait, il convient de mettre à jour les orientations existantes du Conseil de l'Europe sur les responsabilités des médias. Les orientations devraient couvrir, au minimum, l'usage responsable des applications d'IA 1) *au sein des médias d'information eux-mêmes*, 2) *à l'égard des utilisateurs* et 3) *à l'égard de la société*.

44. En 2007, la Recommandation sur la mission des médias publics soulignait déjà le besoin de donner à ces médias les moyens de s'adapter au nouveau système médiatique et aux nouvelles attentes de leur audience. Voir aussi, plus récemment, la Déclaration sur la viabilité financière du journalisme de qualité, 2019.

45. Projet de recommandation sur les systèmes algorithmiques, 2018, par. 1.2.

46. Nouvelle conception des médias, 2011, par. 39.

47. Nouvelle conception des médias, 2011, par. 39-40 ; Recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur l'autorégulation des cyber-contenus, 2001, Rec(2001)8 ((l'autorégulation et la protection des utilisateurs contre les contenus illicites ou préjudiciables diffusés sur les nouveaux services de communication et d'information) ; Recommandation de l'Assemblée parlementaire sur l'éthique du journalisme, 1993, 1215 (1993).

- ▶ 1. Au sein des médias d'information, il faut définir des principes permettant aux journalistes et aux directeurs de rédaction de savoir comment aborder les applications d'IA, négocier la pression engendrée par les mesures d'audience et remplacer (ou non) les décisions éditoriales humaines par des applications d'IA. L'automatisation de tâches journalistiques et éditoriales appelle de nouvelles procédures internes, pour définir des mesures et indicateurs de la liberté d'expression capables d'orienter la conception des applications d'IA et de garantir la prise en compte de ces valeurs lors du développement de ces applications. Ces nouvelles procédures supposent que deux milieux encore souvent distincts travaillent ensemble : les journalistes et responsables de rédaction d'une part, le personnel technique et les développeurs de produits d'autre part. Outre cette conception sensible aux valeurs, il est nécessaire de créer des contrepoids en interne (pour détecter, par exemple, les partis pris ou le manque de diversité des systèmes de recommandation), de rendre les processus transparents et contrôlables et d'attribuer clairement les responsabilités éditoriales à l'égard des recommandations et contenus automatisés. En effet, les applications d'IA ne sont pas de simples outils. Ce sont des vecteurs de changements structurels, qui pourraient aller très loin, dans les procédures internes et la répartition des responsabilités entre l'être humain et la machine. À ce titre, les devoirs et responsabilités professionnels devraient s'appliquer non seulement aux journalistes et responsables de rédaction, mais aussi aux nouveaux métiers, comme les développeurs d'applications ou de systèmes de recommandation.
- ▶ 2. *À l'égard des utilisateurs*, le respect du droit à la vie privée, à la formation d'opinions et à la non-discrimination devrait figurer au premier rang de l'éthique du journalisme algorithmique. Les médias devraient éviter d'employer les technologies pour manipuler, alimenter des stéréotypes et, en général, réduire la liberté d'expression de leur public au lieu de la favoriser⁴⁸. L'analyse de l'article 10 CEDH, ci-dessus, a souligné le besoin de rendre transparents et explicables les effets des applications d'IA sur le choix présenté aux utilisateurs ; en effet, les classements automatiques affectent le droit des utilisateurs au respect de la vie privée et leur liberté de recevoir des informations. Dans le même esprit, le respect de la vie privée et de la liberté d'expression impose aux médias de garder confidentielles les données qu'ils détiennent, en quantités croissantes, sur les choix de lecture de leurs utilisateurs, leurs orientations politiques, etc. – informations qui, selon le climat politique et économique du pays, peuvent devenir très sensibles si des tiers y ont accès.
- ▶ 3. *À l'égard de la société*, l'éthique du journalisme algorithmique devrait affirmer que les applications d'IA ont vocation à promouvoir la liberté d'expression et non à l'entraver. Cela signifie que lorsqu'ils utilisent des applications d'IA, les médias devraient voir au-delà du court terme (augmenter le nombre de clics et de *likes*, par exemple) pour prendre en compte l'impact de ces outils sur la diversité des informations proposées, la cohésion sociale, l'inclusion et les besoins d'information spécifiques⁴⁹.

Enfin, les médias ont un important rôle de sensibilisation à jouer : celui de livrer des observations critiques sur l'intégration des applications d'IA dans la société. Ils peuvent nous avertir des risques et des menaces qui accompagnent ces outils. Reste à déterminer si les journalistes (travaillant à partir de données), pour pouvoir jouer leur rôle de sentinelles, devraient endosser de nouveaux devoirs et responsabilités mais aussi jouir de nouveaux droits, comme l'accès aux données ; et pour les utilisateurs, si le droit à l'information sur des sujets d'intérêt général englobe le droit à une explication sur les méthodes employées⁵⁰.

La Recommandation du Conseil de l'Europe sur la sécurité des journalistes souligne la nécessité de protéger les lanceurs d'alerte, et de prémunir les journalistes des effets tétanisants que peuvent avoir les risques de pistage de leurs activités en ligne et de piratage de leurs appareils ou comptes de réseaux sociaux⁵¹. Ces points sont également pertinents pour les journalistes qui enquêtent sur les formes d'IA les plus sophistiquées, souvent appliquées par des organisations privées ayant accès à de vastes volumes de données pouvant s'étendre aux communications et aux données de localisation de journalistes ou de leurs sources.

Définir les responsabilités éditoriales et encadrer le journalisme automatisé

Il est nécessaire de définir clairement les responsabilités et la supervision (éditoriale) applicables aux processus automatisés – qu'il s'agisse de recommandations fondées sur l'IA ou de robot-journalisme. Dans le contexte des applications d'IA, une conceptualisation claire du contrôle éditorial est nécessaire pour pouvoir dire quand les produits du journalisme automatisé constituent ou non du journalisme, et quels acteurs devraient les superviser et en assumer la responsabilité éditoriale⁵².

48. Déclaration sur les capacités de manipulation, 2019.

49. Recommandation sur les intermédiaires, 2019.

50. *Magyar Helsinki Bizottság c. Hongrie*, 2016.

51. Recommandation sur la sécurité des journalistes, 2016, par. 18 et 38.

52. Voir dans ce contexte : Nouvelle conception des médias, 2011, par. 3.2.

Réaffirmer la mission des médias publics dans l'environnement numérique

Le Conseil de l'Europe a toujours considéré que les médias de service public avaient une responsabilité particulière, celle d'offrir à tous des programmes divers et de qualité, contribuant à créer les conditions nécessaires pour que les médias, les citoyens et toute la société bénéficient au mieux de la liberté d'expression⁵³. À l'heure où les applications d'IA prolifèrent, et face aux craintes qu'elles suscitent – manipulation, polarisation, mésinformation ou désinformation, comme évoqué dans notre rapport –, cette responsabilité est plus importante que jamais. Dans l'environnement numérique, la mission de service public devrait s'étendre à l'obligation de fixer des exigences élevées en matière d'usage responsable des applications d'IA, et d'offrir un espace où chacun puisse consulter l'actualité sans craindre pour sa vie privée ou pour son droit à recevoir des informations. Des mesures devraient être prises pour veiller à ce que les médias publics jouissent du champ d'action, des ressources et de l'indépendance nécessaires pour remplir ce rôle, et à ce que leur structure de gouvernance détermine leurs responsabilités et permette de leur demander des comptes.

APPLICATIONS D'IA ET SOCIÉTÉ

Notre analyse des incidences possibles des applications d'IA sur la société, sous l'angle de l'article 10 CEDH, montre que les aspects suivants méritent davantage d'attention et peuvent appeler une action de la part des États membres.

Promouvoir la diversité et l'innovation sur le marché médiatique européen

En s'intégrant aux processus de production et de diffusion des contenus médiatiques, les applications d'IA modifient aussi le fonctionnement et la structure de pouvoir des marchés concernés. L'accès aux données permettant d'entraîner les algorithmes, à la technologie et aux compétences nécessaires devient un atout concurrentiel décisif et favorise de nouveaux acteurs, comme les réseaux sociaux et les moteurs de recherche, mais risque aussi de créer des obstacles pour les médias plus petits, moins fortunés, d'implantation locale et/ou situés dans des pays où la technologie est moins avancée. Les États membres ont ici un rôle important à jouer, celui de veiller à ce que les technologies innovantes, les données d'entraînement des algorithmes, les compétences numériques et la formation, y compris à l'utilisation des données pour produire et diffuser des contenus, soient aussi accessibles aux médias de taille réduite ou d'implantation locale⁵⁴.

Les aspects culturels, en particulier dans le contexte du Conseil de l'Europe, appellent une attention spéciale. Le débat sur les applications d'IA est actuellement dominé par certains pays (dans notre cas, par les économies numériques développées d'Europe du Nord). Les recherches, puis le travail d'élaboration des lois et des politiques, devraient étudier de plus près les effets de la situation des différents États membres – au niveau culturel, économique, juridique et technologique – sur les usages des applications d'IA, leurs impacts, les inquiétudes qu'elles soulèvent et leurs implications pour les politiques à mener.

Soutenir une conception fondée sur les valeurs

Le Conseil de l'Europe a entrepris de longue date de promouvoir l'importance des valeurs découlant de l'article 10 CEDH, comme la diversité et la cohésion sociale, et d'inviter ses États membres à intégrer ces valeurs à leurs législations et politiques nationales. Jusqu'ici, il était considéré comme acceptable que le Conseil de l'Europe se situe à un certain niveau d'abstraction, comptant sur l'existence dans ses États membres de procédures capables de traduire ces principes en politiques. Le pluralisme des médias, par exemple, est défini comme « la diversité de l'offre médiatique, assurée, par exemple, par l'existence d'une pluralité de médias indépendants et autonomes [...], et la diversité des types et des contenus médiatiques mis à la disposition du public⁵⁵ ». Sous cette acception, le pluralisme des médias s'est imposé comme une notion centrale dans les législations nationales sur les médias et les pratiques des agences nationales de régulation des médias.

Cependant, lorsqu'il s'agit de dire si les résultats des systèmes de recommandation par IA sont diversifiés ou non, les définitions courantes du pluralisme des médias s'avèrent trop imprécises et n'épousent pas assez le point de vue du public – une offre diversifiée n'aboutit pas automatiquement à des recommandations

53. Recommandation sur la mission des médias publics, 2007 ; Recommandation sur la gouvernance des médias publics, 2012 ; Recommandation sur le pluralisme, 2018.

54. La Déclaration concernant la viabilité financière du journalisme de qualité (2019) vise à traiter plusieurs de ces sujets, mais certains (comme l'accès aux données d'entraînement des algorithmes) n'entrent pas dans son champ d'application.

55. Karpinen (2018).

diversifiées. Dans sa Recommandation de 2018 sur le pluralisme, le Conseil de l'Europe appelle les États membres à «encourager les médias sociaux, les médias, les moteurs de recherche et de recommandation et d'autres intermédiaires utilisant des algorithmes, ainsi que les acteurs des médias, les autorités de régulation, la société civile, les milieux universitaires et d'autres acteurs concernés à lancer des initiatives ouvertes, indépendantes, transparentes et participatives pour [...] évaluer l'effet de ces processus sur l'exposition effective des utilisateurs à une grande diversité de contenus médiatiques; chercher à améliorer ces processus de diffusion afin d'élargir l'exposition effective des utilisateurs à la plus grande diversité possible de contenus médiatiques⁵⁶». Toutefois, identifier les risques que la diffusion automatique fait peser sur le pluralisme n'est pas le plus difficile. En l'absence d'orientations concrètes sur le sens d'une «exposition à une grande diversité de contenus médiatiques», sur les objectifs que la diversité d'exposition devrait viser et sur les procédures à appliquer pour y parvenir, cette obligation n'aidera guère à promouvoir une conception des applications d'IA sensible à la diversité. Des orientations sur les paramètres et les indicateurs de la diversité dans les applications d'IA sont clairement nécessaires.

Mettre en place des indicateurs de mesure

Pour alerter sur les risques des applications d'IA pour la diversité et la bonne santé des marchés médiatiques, il pourrait être nécessaire de mettre en place un cadre de mesure, en développant des indicateurs et des repères permettant d'évaluer les risques engendrés pour la société et pour les valeurs qui comptent en démocratie, comme la diversité, la cohésion sociale et la préservation d'une sphère publique résiliente. Pour les pouvoirs publics, mettre en place et conserver un tel cadre représente une tâche ardue, du fait des considérations de liberté d'expression et de respect de la vie privée. Cependant, les pouvoirs publics et les instances de régulation ont un rôle important à jouer pour stimuler et soutenir l'élaboration de ces cadres, repères et indicateurs de risque. Cela s'étend à la conception d'un cadre juridique assurant l'accessibilité des informations et des données (souvent détenues par des acteurs privés) à des fins de recherche, afin de cerner plus précisément l'impact sociétal des applications d'IA.

APPLICATIONS D'IA ET UTILISATEURS

Inclure tous les publics, y compris vulnérables

Mesurer l'impact des applications d'IA sur le marché des médias et la sphère publique suppose de repenser la notion même de «public». Alors que traditionnellement, des émetteurs adressaient des informations à un public non identifié, le recours aux applications d'IA permet de cibler beaucoup plus finement les différents groupes qui constituent le public, et même chaque individu. Comme la Recommandation sur les moteurs de recherche le suggérait déjà en 2011, les mécanismes de filtrage et de classement automatisés peuvent affecter le droit de chacun à recevoir des informations selon ses goûts et sa situation personnelle⁵⁷. Le recours aux applications d'IA ne doit aboutir ni à écarter structurellement de l'accès aux informations certaines parties de la population, ou les utilisateurs ayant telle ou telle caractéristique, ni à ouvrir de nouvelles fractures numériques au sein de la société. Ce serait incompatible avec l'obligation positive qu'ont les États membres de protéger et de promouvoir le droit à l'information affirmé à l'article 10 CEDH. Les décideurs politiques devraient identifier les groupes potentiellement vulnérables, dont les utilisateurs structurellement écartés de l'accès aux informations, risquant de recevoir une offre d'information moins diverse ou qui paient un prix trop élevé (y compris en termes de vie privée), afin d'assurer à tous le même degré de liberté d'expression⁵⁸.

Enfin, la conception de produits médiatiques plus interactifs et mieux adaptés aux goûts et aux besoins d'information de chacun pourrait élargir les possibilités qui s'offrent aux utilisateurs pour trouver et recevoir des informations – à condition que les médias leur donnent ces possibilités. Une telle approche, toujours souhaitable, pourrait dans certains cas devenir indispensable pour que les droits des utilisateurs en vertu de l'article 10 CEDH soient correctement protégés.

56. Recommandation sur le pluralisme, 2018, par. 2.5.

57. Recommandation sur les moteurs de recherche, 2013, par. III.12 et III.16; voir aussi la Recommandation sur les intermédiaires, 2018, par. 1.3.5, la Recommandation sur le pluralisme, 2018, par. 2.6, le Projet de recommandation sur les systèmes algorithmiques, 2018, par. 7.1, et les Lignes directrices IA Convention 108, 2019.

58. Déclaration sur les capacités de manipulation, 2019; Projet de déclaration sur les systèmes algorithmiques, 2018, par. A 6.1 et B 6.5.

Souligner les droits et responsabilités des utilisateurs

Dans l'environnement numérique, le public est plus qu'une masse de destinataires anonymes. Cela a des implications dans les deux sens. D'un côté, les médias peuvent s'adapter plus finement aux attentes des utilisateurs. De l'autre, les utilisateurs eux-mêmes jouent un grand rôle dans la production et la diffusion des informations en ligne. Or, ce rôle plus actif s'accompagne aussi d'une plus grande responsabilité individuelle.

À ce jour, la tendance est à déléguer la modération de l'environnement en ligne aux sites sur lesquels les utilisateurs postent des contenus. De ce fait, les sites recourent aux applications d'IA pour aider à filtrer les contributions. D'où un important défi, à la fois pour les médias, les utilisateurs et les décideurs politiques: rééquilibrer et mieux coordonner la répartition des responsabilités entre sites web, pouvoirs publics, instances de régulation, annonceurs et utilisateurs, et concevoir des solutions respectant pleinement les droits fondamentaux.

Concernant le public, on a beaucoup insisté sur l'idée de redonner du pouvoir aux utilisateurs, afin qu'ils puissent se protéger contre les incitations ou manipulations illicites ou contraires à l'éthique (Comité d'experts sur les intermédiaires internet, 2017, p. 36⁵⁹). Les recommandations plus récentes du Conseil soulignent l'importance de la transparence sur les processus automatisés de diffusion des informations, même si des orientations plus précises seraient souhaitables quant aux renseignements dont les utilisateurs devraient disposer pour pouvoir décider en toute autonomie⁶⁰. Par ailleurs, les déclarations et recommandations du Conseil de l'Europe ont souligné l'importance, en plus des droits « traditionnels » à la protection des données (comme l'accès, la rectification ou la suppression), de permettre aux utilisateurs d'utiliser les applications d'IA en gardant l'anonymat, de masquer leurs données, de ne pas faire l'objet d'expériences ou d'utiliser des alternatives satisfaisantes à l'IA. Ces suggestions sont importantes pour la liberté d'expression. Cependant, les utilisateurs devraient non seulement pouvoir choisir de consulter des contenus médiatiques sans passer par des applications d'IA, mais aussi exercer un plus grand contrôle sur l'impact qu'ont les applications d'IA sur leurs habitudes médiatiques. Cela suppose de développer des solutions pour que chacun puisse, par exemple, revoir et ajuster régulièrement son profil, passer d'une logique de recommandation à une autre ou analyser sa propre consommation de médias. En exploitant tout le potentiel des nouvelles technologies, le but, à terme, devrait être d'offrir aux utilisateurs un environnement optimal où chercher et recevoir des informations sur tous les sujets qui comptent pour eux ou pour la société; un environnement où la liberté d'expression puisse pleinement s'épanouir.

59. Déclaration sur les capacités de manipulation, 2019; Recommandation sur le pluralisme, 2018; Déclaration sur la viabilité financière du journalisme de qualité, 2019, par. 10, sur les responsabilités des utilisateurs.

60. Recommandation sur le pluralisme, 2018, par. 2.5; Recommandation sur les mégadonnées au service de la culture, 2017.

RÉFÉRENCES

- Balkin, Jack M. (2018). Free Speech in the Algorithmic Society: Big Data, Private Governance, and New School Speech Regulation. *University of California Davis Law Review*, (51), 1151-1210. Uniquement en anglais.
- Bell, E. J., Owen, T., Brown, P. D., Hauka, C., & Rashidian, N. (2017). *The platform press: How Silicon Valley reengineered journalism*. New York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8R216ZZ>. Uniquement en anglais.
- Binns R., Veale M., Van Kleek M., Shadbolt N. (2017). Like Trainer, Like Bot? Inheritance of Bias in Algorithmic Content Moderation. In: Ciampaglia G., Mashhadi A., Yasseri T. (eds) *Social Informatics 2017* (pp. 405-418). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-67256-4_32. Uniquement en anglais.
- Bodo, B., Helberger, N., Irion, K., Zuiderveen Borgesius, F., Moller, J., van de Velde, B., & de Vreese, C. (2017). Tackling the Algorithmic Control Crisis - the Technical, Legal, and Ethical Challenges of Research into Algorithmic Agents. *Yale Journal of Law & Technology*, 19(1), 133-180. <https://digitalcommons.law.yale.edu/yjolt/vol19/iss1/3>. Uniquement en anglais.
- Bodó, B., Helberger, N., Eskens, S., & Möller, J. (2019). Interested in diversity: The role of user attitudes, algorithmic feedback loops, and policy in news personalization. *Digital Journalism*, online first. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1521292>. Uniquement en anglais.
- Bodó, B. (2018). Means, Not an End (of the World)–The Customization of News Personalization by European News Media. *SSRN*. <https://papers.ssrn.com/abstract=3141810>. Uniquement en anglais.
- Borel, B. (2018). Clicks, Lies and Videotape. *Scientific American*, 319(4), 38–43. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican1018-38>. Uniquement en anglais.
- Broy, D., Bychawska-Siniars, D., Etteldorf, C., Kamina, P., Önok, M., Rodríguez-Pardo, J., ... Woods, L. (2017). *Journalisme et prérogatives des médias* (IRIS Spécial 2017–2). Strasbourg: Observatoire européen de l'audiovisuel
- Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital journalism*, 3(3), 416-431, <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>. Uniquement en anglais.
- Carlson, M. (2018). Automating judgment? Algorithmic judgment, news knowledge, and journalistic professionalism. *New Media & Society*, 20(5), 1755-1772. <https://doi.org/10.1177%2F1461444817706684>. Uniquement en anglais.
- Chesney, R., & Citron, D. (21 février 2018). Deep Fakes: A Looming Crisis for National Security, Democracy and Privacy? Extrait de <https://www.lawfareblog.com/deep-fakes-looming-crisis-national-security-democracy-and-privacy>. Uniquement en anglais.
- Christians, C. G., Glasser, T., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R. A. (2010). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. Champaign: University of Illinois Press. Uniquement en anglais.
- Coddington, M. (2015). Clarifying Journalism's Quantitative Turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331-348. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>. Uniquement en anglais.
- Cohen, J. E. (1997). Intellectual Privacy and Censorship of the Internet. *Seton Hall Constitutional Law Journal*, 8, 693-701. Uniquement en anglais.
- Collins, R. K., & Skover, D. M. (2018). *Robotica: Speech Rights and Artificial Intelligence*. Cambridge: Cambridge University Press. Uniquement en anglais.
- Diakopoulos, N., & Koliska, M. (2017). Algorithmic Transparency in the News Media. *Digital Journalism*, 5(7), 809–828. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1208053>. Uniquement en anglais.
- Dylko, I., Dolgov, I., Hoffman, W., Eckhart, N., Molina, M., & Aaziz, O. (2017). The dark side of technology: An experimental investigation of the influence of customizability technology on online political selective exposure. *Computers in Human Behavior*, 73, 181-190. Uniquement en anglais. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.031>

- Eskens, S., Helberger, N., & Moeller, J. (2017). Challenged by news personalisation: five perspectives on the right to receive information. *Journal of Media Law*, 9(2), 259–284. Uniquement en anglais. <https://doi.org/10.1080/17577632.2017.1387353>.
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Are News Audiences Increasingly Fragmented? A Cross-National Comparative Analysis of Cross-Platform News Audience Fragmentation and Duplication. *Journal of Communication*, 67(4), 476–498. <https://doi.org/10.1111/jcom.12315>. Uniquement en anglais.
- Geiß, S., Magin, M., Stark, B., & Jürgens, P. (2018). 'Common Meeting Ground' in Gefahr? Selektionslogiken politischer Informationsquellen und ihr Einfluss auf die Fragmentierung individueller Themenhorizonte [Endangered Common Meeting Ground? Selection Logics of Political Information Sources and their Influence on the Fragmentation of Individual Issue Horizons]. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(4), 502–525. <http://hdl.handle.net/11250/2583190>. Uniquement en anglais.
- George, T. (12 décembre 2018). Newsrooms must learn how to use AI: 'Trust in journalism is at stake'. *Journalism.co.uk*. extrait de : www.journalism.co.uk. Uniquement en anglais.
- Gillespie, T. (2014). The Relevance of Algorithms. In Gillespie, T., Boczkowski, P. J., Foot, K. A. (eds.) *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, Cambridge: MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>. Uniquement en anglais.
- Govik, R. (12 février 2018). The Homeowners Bot. *Medium*, extrait de : <https://medium.com>. Uniquement en anglais.
- Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B., & Brosius, H. B. (2018). Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. *Journalism*, 19(5), 595–610. <https://doi.org/10.1177/1464884916641269>. Uniquement en anglais.
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. M., & King, G. (2017). *Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism*. New York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://doi.org/10.7916/D8X92PRD>. Uniquement en anglais.
- Jung, J., Song, H., Kim, Y., Im, H., & Oh, S. (2017). Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalists' perceptions of news written by algorithms and human journalists. *Computers in Human Behavior*, 71, 291–298. Uniquement en anglais.
- Helberger, N. (2011). Diversity by design. *Journal of Information Policy*, 1, 441–469. Uniquement en anglais.
- Helberger, N. and Bastian, M. (2019). Présentation faite à Vienne. Uniquement en anglais.
- Karppinen, K. (2013). *Rethinking Media Pluralism*. New York: Fordham University Press. Uniquement en anglais.
- Karlekar, K. D., & Becker, L. B. (2014). *By the Numbers: Tracing the Statistical Correlation between Press Freedom and Democracy*. Washington: Center for International Media Assistance (CIMA). <https://www.cima.ned.org/resource/by-the-numbers-tracing-the-statistical-correlation-between-press-freedom-and-democracy/>. Uniquement en anglais.
- Kaye, D. (2018). *Rapport du Rapporteur spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression (A/73/348)*. New York : Nations Unies. <https://undocs.org/fr/A/73/348>
- Kim, Y. M., Hsu, J., Neiman, D., Kou, C., Bankston, L., Kim, S. Y., ... & Raskutti, G. (2018). The stealth media? Groups and Targets behind Divisive Issue Campaigns on Facebook. *Political Communication*, 35(4), 515–541. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1476425>. Uniquement en anglais.
- Kim, D., & Kim, S. (2018). Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism. *Telematics and Informatics*, 35(2), 340–357. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.009>. Uniquement en anglais.
- Kleinnijenhuis, J. (1998). Issue news and electoral volatility. *European Journal of Political Research*, 33(3), 413–437. Uniquement en anglais.
- Klinger, U., & Svensson, J. (2018). The end of media logics? On algorithms and agency. *New Media & Society*, 20(12), 4653–4670. <https://doi.org/10.1177%2F1461444818779750>. Uniquement en anglais.
- Klonick, K. (2017). The New Governors: The People, Rules, and Processes Governing Online Speech. *Harvard Law Review*, 131(6), 1598–1670. Uniquement en anglais.

Latar, N. L., & Nordfors, D. (2009). Digital Identities and Journalism Content-How Artificial Intelligence and Journalism May Co-Develop and Why Society Should Care. *Innovation Journalism*, 6(7), 3-47. Uniquement en anglais.

Lee, A. M., Lewis, S. C., & Powers, M. (2014). Audience Clicks and News Placement: A Study of Time-Lagged Influence in Online Journalism. *Communication Research*, 41(4), 505-530. <https://doi.org/10.1177/0093650212467031>. Uniquement en anglais.

Lee, P. (11 décembre 2018). Smart speakers: Growth at a discount. *Deloitte*. Extrait de : <https://www2.deloitte.com>. Uniquement en anglais.

Lewis, S. C., Holton, A. E., & Coddington, M. (2016). From participation to reciprocity in the journalist-audience relationship. In: Peters, C.; Broersma, M., *Rethinking Journalism Again: Societal role and public relevance in a digital age* (p.161). New York: Routledge. Uniquement en anglais.

Linden, C. G. (2017). Decades of Automation in the Newsroom: Why are there still so many jobs in journalism? *Digital Journalism*, 5(2), 123-140. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1160791> Uniquement en anglais.

London, A. (15 janvier 2018). The rise of the smart speaker: now owned by one in six Americans. *Techradar*. Extrait de : <https://www.techradar.com>. Uniquement en anglais.

Loosen, W. (2018). *Four forms of datafied journalism. Journalism's response to the datafication of society* (No. 18). Communicative Figurations Working Paper. Uniquement en anglais.

Massaro, T. M., Norton, H., & Kaminski, M. E. (2016). SIRI-OUSLY 2.0: What Artificial Intelligence Reveals about the First Amendment. *Minnesota Law Review*, 101(6), 2481-2525. Uniquement en anglais.

Matz, S. C., Kosinski, M., Nave, G., & Stillwell, D. J. (2017). Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(48), 12714-12719. Uniquement en anglais.

McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: Wahl-Jorgensen, K. and Hanitzsch, T. (Ed.) *The handbook of journalism studies* (pp. 237-249). New York: Routledge. Uniquement en anglais.

Meedia Redaktion (13 février 2019). Robo-Journalismus: Konkurrenz für Redakteure oder praktische Helferlein? *Meedia*. Extrait de : <https://meedia.de>. Uniquement en anglais.

Möller, J., Trilling, D., Helberger, N., Irion, K., & De Vreese, C. (2016). Shrinking core? Exploring the differential agenda setting power of traditional and personalized news media. *info*, 18(6), 26-41. <https://doi.org/10.1108/info-05-2016-0020>. Uniquement en anglais.

Möller, J., Van de Velde, R., Merten, L., Puschmann, C. (in press). Explaining Online News Engagement Based on Browsing Behaviour: Creatures of Habit? *Social Science Computer Review*. Uniquement en anglais.

Molyneux, L., & Mourão, R. R. (2019). Political Journalists' Normalization of Twitter: Interaction and new affordances. *Journalism Studies*, 20(2), 248-266. Uniquement en anglais. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1370978>

Montal, T., & Reich, Z. (2017). I, Robot. You, Journalist. Who is the Author? *Digital Journalism*, 5(7), 829-849. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1209083>. Uniquement en anglais.

Monzer, C., Moeller, J., Neys, J. L.D., & Helberger, N. (2018). Who has control and who is responsible? Implications of news personalization from the user perspective. Document présenté au *Annual Conference of the International Communication Association, Communication and Technology Division*. Prague. République Tchèque. Uniquement en anglais.

Comité d'experts sur les intermédiaires internet (MSI-NET). (2017). *Étude sur les dimensions des droits humains dans les techniques de traitement automatisé des données (en particulier les algorithmes) et éventuelles implications réglementaires* (MSI-NET(2016)06rev6). Strasbourg: Conseil de l'Europe. Extrait de : <https://rm.coe.int/etude-sur-les-algorithmes-version-finale/1680770cc2>

Newman, N. (2018). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018*. Université d'Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Uniquement en anglais.

Nils, J. (12 février 2019). Wie ein schwedischer Verlag mit Robo-Journalismus dauerhaft Digitalabonnenten gewinnt. *Meedia*, extrait de : <https://meedia.de>

- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. New York: NYU Press.
- Owen, L.H. (2018, November 14). Consumers love smart speakers. They don't love news on smart speakers. (At least not yet.). *Nieman Lab*. Extrait de : <http://www.niemanlab.org>. Uniquement en anglais.
- Richards, N. (2015). *Intellectual Privacy: Rethinking Civil Liberties in the Digital Age*. Oxford, New York: Oxford University Press. Uniquement en anglais.
- Schauer, F. (1978). Fear, Risk and the First Amendment: Unraveling the Chilling Effect. *Boston University Law Review*, 58, 685–732. Uniquement en anglais.
- Stone, M. L. (2014). *Big Data for Media*. Université d'Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism. Uniquement en anglais.
- Stoycheff, E. (2016). Under Surveillance: Examining Facebook's Spiral of Silence Effects in the Wake of NSA Internet Monitoring. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(2), 296–311. <https://doi.org/10.1177%2F1077699016630255>. Uniquement en anglais.
- Tandoc Jr, E. C., & Ferrucci, P. R. (2017). Giving in or giving up: What makes journalists use audience feedback in their news work? *Computers in Human Behavior*, 68, 149-156. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.027>. Uniquement en anglais.
- Tatalovic, M. (2018). AI writing bots are about to revolutionise science journalism: we must shape how this is done. *JCOM: Journal of Science Communication*, 17(1), C1-C1. <https://doi.org/10.22323/2.17010501>. Uniquement en anglais.
- Thurman, N., Moeller, J., Helberger, N., & Trilling, D. (2018). My Friends, Editors, Algorithms, and I: Examining audience attitudes to news selection. *Digital Journalism, online first*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493936>. Uniquement en anglais.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You*. Londres : Penguin UK. Uniquement en anglais.
- Penney, J. W. (2016). Chilling Effects: Online Surveillance and Wikipedia Use. *Berkeley Technology Law Journal*, 31(1), 117–192. Uniquement en anglais.
- Penney, J. W. (2017). Internet surveillance, regulation, and chilling effects online: a comparative case study. *Internet Policy Review*, 6(2). <https://doi.org/10.14763/2017.2.692>. Uniquement en anglais.
- Privacy International & Article 19 (2018). *Privacy and Freedom of Expression In the Age of Artificial Intelligence*. Londres : Privacy International. Extrait de <http://privacyinternational.org/report/1752/privacy-and-freedom-expression-age-artificial-intelligence>. Uniquement en anglais.
- Reuters (2018). Nielsen, R.K. & Selva, M. (2019, January 23) *Five things everybody needs to know about the future of journalism*. Forum économique mondial. Extrait de <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/five-things-everybody-needs-to-know-about-the-future-of-journalism/>. Uniquement en anglais.
- Thurman, N., Dörr, K. & Kunert, J. (2017). When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing. *Digital Journalism*, 5(10), 1240-1259, <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>. Uniquement en anglais.
- Townend, J. (2017). Freedom of Expression and the Chilling Effect. In H. Tumber & S. Waisbord (Eds.), *Routledge Companion to Media and Human Rights* (pp. 73–82). New York: Routledge. Uniquement en anglais.
- Quattrociocchi, W., Scala, A., & Sunstein, C. R. (2016). *Echo Chambers on Facebook* (no. 877). The Harvard John M. Olin Discussion Paper Series. Uniquement en anglais.
- Van Cuilenburg, J.(2000). On Measuring Media Competition and Media Diversity: Concepts, Theories and Methods. In Picard, R. (ed.): *Measuring Media Content, Quality, and Diversity. Approaches and Issues in Content Research*. Turku. Pp . 51-84. Uniquement en anglais.
- Van Dalen, A. (2012). The Algorithms Behind the Headlines, *Journalism Practice*, 6(5-6), 648-658. DOI: 10.1080/17512786.2012.667268. Uniquement en anglais.
- Van den Bulck, H., & Moe, H. (2017). Public service media, universality and personalisation through algorithms: mapping strategies and exploring dilemmas. *Media, Culture & Society*, 40(6) 875-892. <https://doi.org/10.1177%2F0163443717734407>. Uniquement en anglais.

- Voltmer, K. (2013). *The Media in Transitional Democracies*. Hoboken: John Wiley & Sons. Uniquement en anglais.
- Von Nordheim, G., Boczek, K., & Koppers, L. (2018). Sourcing the Sources: An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung. *Digital Journalism*, 6(7), 807-828. Uniquement en anglais. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1490658>
- Wojcieszak, M., & Garrett, R. K. (2018). Social Identity, Selective Exposure, and Affective Polarization: How Priming National Identity Shapes Attitudes Toward Immigrants Via News Selection. *Human Communication Research*, 44(3), 247-273. Uniquement en anglais. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqx010>
- Wright, A. (2017). Censoring sensors. *Communications of the ACM*, 60(11), 15-16. <https://doi.org/10.1145/3137764>. Uniquement en anglais.
- Zuiderveen Borgesius, F., Trilling, D., Moeller, J., Bodó, B., de Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1). <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>. Uniquement en anglais.

Recommandations du Conseil de l'Europe

- Déclaration du Comité des Ministres sur la liberté d'expression et d'information, 1982, Decl(29/04/1982)
- Déclaration du Comité des Ministres sur la protection du rôle des médias dans les démocraties dans le contexte de la concentration des médias, 2007, Decl(31/01/2007)
- Déclaration du Comité des Ministres sur les risques du suivi numérique et des autres technologies de surveillance pour les droits fondamentaux, 2013, Decl(11/06/2013).
- Déclaration du Comité des Ministres sur les capacités de manipulation des processus algorithmiques, Decl(13/02/2019)1
- Déclaration du Comité des Ministres concernant la viabilité financière du journalisme de qualité à l'ère du numérique, Decl(13/02/2019)2
- 4^e Conférence ministérielle européenne du Conseil de l'Europe sur la politique des communications de masse ; Résolution n° 1 sur l'avenir du service public de radiodiffusion, 1994
- Recommandation CM/Rec(2007)3 du Comité des Ministres aux États membres sur la mission des médias de service public dans la société de l'information
- Recommandation CM/Rec(2011)7 du Comité des Ministres aux États membres sur une nouvelle conception des médias
- Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des Ministres aux États membres sur la gouvernance des médias de service public
- Recommandation CM/Rec(2012)3 du Comité des Ministres aux États membres sur la protection des droits de l'homme dans le contexte des moteurs de recherche
- Recommandation CM/Rec(2012)4 du Comité des Ministres aux États membres sur la protection des droits de l'homme dans le cadre des services de réseaux sociaux
- Recommandation CM/Rec(2015)6 du Comité des Ministres aux États membres sur la libre circulation transfrontière des informations sur internet
- Recommandation CM/Rec(2016)4 du Comité des Ministres aux États membres sur la protection du journalisme et la sécurité des journalistes et autres acteurs des médias
- Recommandation CM/Rec(2017)8 du Comité des Ministres aux États membres sur les mégadonnées au service de la culture, du savoir et de la démocratie
- Recommandation CM/Rec(2018)1 du Comité des Ministres aux États membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété
- Recommandation CM/Rec(2018)2 du Comité des Ministres aux États membres sur les rôles et les responsabilités des intermédiaires d'internet

Projet de recommandation du Comité des Ministres aux États membres sur les impacts des systèmes algorithmiques sur les droits de l'homme MSI-AUT(2018)06

Lignes directrices (Convention 108) sur la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel à l'ère des mégadonnées, 2017, T-PD(2017)01

Lignes directrices (Convention 108) sur l'intelligence artificielle et la protection des données, 2019, T-PD(2019)01

JURISPRUDENCE

Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) :

Ahmet Yıldırım c. Turquie, 3111/10 (CEDH, 2012)

Appleby et autres c. Royaume-Uni, 44306/98 (CEDH, 2003)

Animal Defenders International c. Royaume-Uni [GC], 48876/08 (CEDH, 2013)

Autronic AG c. Suisse, 12726/87 (CEDH, 1990)

Association Ekin c. France, 39288/98 (CEDH, 2001)

Barthold c. Allemagne, 8734/79 (CEDH, 1985)

Bladet Tromsø et Stensaas c. Norvège [GC], 21980/93 (CEDH, 1999)

Centro Europa 7 S.r.l. et Di Stefano c. Italie [GC], 38433/09 (CEDH, 2012)

Çetin c. Turquie, 30905/09 (CEDH, 2013)

Chauvy et autres c. France, 64915/01 (CEDH, 2004)

Couderc et Hachette Filipacchi Associés c. France, 40454/07 (CEDH, 2015)

Cumpănă et Mazăre c. Roumanie, 33348/96 (CEDH, 2004)

De Haes et Gijssels c. Belgique, 19983/92 (CEDH, 1997)

Delfi AS c. Estonie [GC], 64569/09 (CEDH, 2015)

Dink c. Turquie, 2668/07, 6102/08, 30079/08, 7072/09 et 7124/09 (CEDH, 2010)

Éditions Plon c. France, 58148/00 (CEDH, 2004)

Editorial Board of Provyay Delo et Shtekel c. Ukraine, 33014/05 (CEDH, 2011)

Fatullayev c. Azerbaïdjan, 40984/07 (CEDH, 2010)

Fuchsman c. Allemagne, 71233/13 (CEDH, 2017)

Fressoz et Roire c. France [GC], 29183/95 (CEDH, 1999)

Fuentes Bobo c. Espagne, 39293/98 (CEDH, 2000)

Guseva c. Bulgarie, 6987/07 (CEDH, 2015)

Handyside c. Royaume-Uni, 5493/72 (CEDH, 1976)

Informationsverein Lentia et autres c. Autriche, 13914/88, 15041/89, 15717/89, 15779/89, 17207/90 (CEDH, 1993)

Jersild c. Danemark, 15890/89 (CEDH, 1994)

Khurshid Mustafa et Tarzibachi c. Suède, 23883/06 (CEDH, 2008)

Lindon, Otchakovsky-Laurens et July c. France [GC], 21279/02 et 36448/02 (CEDH, 2007)

Lingens c. Autriche, 9815/82 (CEDH, 1986)

Magyar Helsinki Bizottság, 11257/16 (CEDH, 2018)

Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete et Index.hu Zrt c. Hongrie, 18030/11 (CEDH, 2016)

Manole et autres c. Moldova, 13936/02 (CEDH, 2009)
Melnychuk c. Ukraine, 28743/03 (CEDH, 2005)
Oberschlick c. Autriche, 11662/85 (CEDH, 1991)
Observer et Guardian c. Royaume-Uni, 13585/88 (CEDH, 1991)
Österreichische Vereinigung zur Erhaltung, Stärkung und Schaffung c. Autriche, 39534/07 (CEDH, 2013)
Özgür Gündem c. Turquie, 23144/93 (CEDH, 2000)
Öztürk c. Turquie, 22479/93 (CEDH, 1999)
Pihl c. Suède, 74742/14 (CEDH, 2017)
Radio France et autres c. France, 53984/00 (CEDH, 2004).
Remuszko c. Pologne, 1562/10 (CEDH, 2013)
RTBF c. Belgique, 50084/06 (CEDH, 2011)
Sanoma Uitgevers B.V. c. Pays-Bas, 38224/03 (CEDH, 2010)
Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG c. Suisse, 34124/06 (CEDH, 2012)
Sunday Times c. Royaume-Uni (n° 1), 6538/74 (CEDH, 1979)
Stoll c. Suisse, 69698/01 (CEDH, 2007)
Süreç c. Turquie (n° 1), 26682/95 (CEDH, 1999)
Süreç c. Turquie (n° 3), 24735/94 (CEDH, 1999)
Tamiz c. Royaume-Uni, 3877/14 (CEDH, 2017)
Társaság c. Hongrie, 37374/05 (CEDH, 2009)
The Sunday Times c. Royaume-Uni (n° 2), 13166/87 (CEDH, 1991)
Times Newspapers Ltd c. Royaume-Uni, 14644/89 (CEDH, 1991)
Times Newspapers Ltd (n° 1 et 2) c. Royaume-Uni, 3002/03 et 23676/03 (CEDH, 2009)
Verein gegen Tierfabriken Schweiz c. Suisse (n° 2) [GC], 32772/02 (CEDH, 2009)
Węgrzynowski et Smolczewski c. Pologne, 33846/07 (CEDH, 2013)

Comité des droits de l'homme des Nations Unies :

Yong Joo-Kang c. République de Corée, CCPR/C/78/D/878/1999 (CCPR, 15 Juillet 2003).

Les technologies numériques et les outils d'intelligence artificielle (IA) jouent un rôle de plus en plus important dans les communications entre les individus, dans la production et la diffusion des informations, et plus largement dans la sphère publique. Alors que l'exercice de la liberté d'expression est de plus en plus facilité, structuré et façonné par les plateformes en ligne et leurs algorithmes, ce rapport du Conseil de l'Europe explore les incidences de ce développement sur les individus, sur les médias et l'écosystème de l'information, et sur la cohésion des espaces de communication publique. Sur la base d'une évaluation de ces impacts, ce rapport formule un certain nombre de recommandations pour aider les parties prenantes concernées à saisir les opportunités offertes par les technologies numériques et à prévenir et atténuer les conséquences négatives sur la liberté d'expression, en tant que pilier et condition préalable de la démocratie participative.

www.coe.int/freedomofexpression

www.coe.int

Le Conseil de l'Europe est la principale organisation de défense des droits de l'homme du continent. Il comprend 47 États membres, dont l'ensemble des membres de l'Union européenne. Tous les États membres du Conseil de l'Europe ont signé la Convention européenne des droits de l'homme, un traité visant à protéger les droits de l'homme, la démocratie et l'État de droit. La Cour européenne des droits de l'homme contrôle la mise en œuvre de la Convention dans les États membres.

