



Médias en ligne et journalisme : défis et responsabilités

Rapport¹

Commission de la culture, de la science, de l'éducation et des médias

Rapporteure : Mme Adele GAMBARO, Italie, ADLE

Résumé

Les médias en ligne ont permis au grand public de prendre conscience des violations des droits de l'homme et de la souffrance humaine qui existent dans des régions très éloignées, auxquelles les médias traditionnels accordent peu d'attention. Cependant, internet a également permis à de puissants acteurs commerciaux et groupes politiques de lancer des initiatives concertées mobilisant de très nombreux utilisateurs de médias en ligne. Or, ces mobilisations ne reposent pas toujours sur des faits et des informations neutres. Par conséquent, un certain nombre de mesures devraient être prises par les États membres et d'autres parties prenantes.

¹ Renvoi en commission: Doc. 13589, Renvoi 4082 du 3 octobre 2015.

A. Projet de résolution²

1. L'Assemblée parlementaire reconnaît les changements radicaux intervenus dans le paysage médiatique à la suite de la convergence entre les médias traditionnels, internet et les télécommunications mobiles et de l'apparition de nouveaux types de médias, tels que les plates-formes de contenus utilisateurs et les outils d'agrégation qui réunissent automatiquement des contenus médiatiques provenant de tiers. Dans ce nouveau contexte, le lecteur, ou le spectateur, contribue activement à la chaîne d'information, non seulement en sélectionnant l'information, mais aussi, souvent, en la produisant. Tandis qu'auparavant, les journalistes et rédacteurs en chef contrôlaient la diffusion publique de l'information, aujourd'hui, les nouveaux médias en ligne offrent à tous la possibilité de diffuser des informations et des points de vue au grand public. Ces nouveaux outils permettent donc aux particuliers de contourner les médias traditionnels, renforçant ainsi le pluralisme des médias, par le biais de *blogs* d'investigations, par exemple.
2. L'évolution du paysage médiatique concerne aussi le mode de financement des médias. En effet, alors qu'autrefois, les abonnements représentaient pour ces derniers une source stable de revenus, à l'heure de l'accès gratuit aux médias, les internautes sont moins disposés à payer des abonnements. De même, les revenus qui provenaient autrefois d'une publicité diffusée dans la presse et sur les ondes sont aujourd'hui liés à la publicité ciblée sur internet, qui exploite les profils établis à l'aide des données personnelles des internautes. L'Assemblée est extrêmement préoccupée par le fait que, sous l'effet du transfert de ressources depuis les médias vers les fournisseurs de services internet et les réseaux sociaux, le travail journalistique professionnel recule, tandis que les médias en ligne, qui ne respectent pas de normes journalistiques professionnelles, connaissent une croissance exponentielle.
3. Les médias en ligne ont permis au grand public de prendre conscience des violations des droits de l'homme et de la souffrance humaine qui existent dans des régions très éloignées, auxquelles les médias traditionnels accordent peu d'attention. Cependant, internet a également permis à de puissants acteurs commerciaux et groupes politiques de lancer des initiatives concertées mobilisant de très nombreux utilisateurs de médias en ligne. Or, ces mobilisations ne reposent pas toujours sur des faits et des informations neutres.
4. La limite entre ce qui peut être considéré comme l'expression légitime de points de vue personnels dans l'objectif de tenter de convaincre le lecteur, d'une part, et la désinformation et la manipulation, d'autre part, est souvent franchie. L'Assemblée note avec préoccupation le nombre de campagnes lancées par des médias en ligne dans le but d'induire certaines catégories du public en erreur en présentant des informations volontairement partiales ou inexactes, ainsi que le nombre de campagnes de haine et d'attaques personnelles lancées à l'encontre de certains individus, souvent dans un contexte politique, dans l'objectif de nuire aux processus politiques démocratiques.
5. En revanche, elle se félicite du fait que d'importants médias en ligne se soient dotés d'une politique destinée à permettre aux utilisateurs de signaler des erreurs factuelles ou de fausses publications émanant de tiers sur leurs sites internet. C'est notamment le cas de Facebook, qui offre une telle possibilité sur son « Fil d'actualité », et de Google, qui dispose d'un « outil de demande de suppression de page Web ». Ces médias se doivent de supprimer ou de corriger les informations erronées ; il en va de leur crédibilité et de leur fiabilité.
6. Rappelant sa Résolution 1843 (2011) sur « La protection de la vie privée et des données à caractère personnel sur l'internet et les médias en ligne », l'Assemblée note avec satisfaction que des tribunaux nationaux en Europe ont ordonné à des moteurs de recherche de supprimer les termes à connotation négative de la fonction de saisie automatique associée à des noms de personnes. Ce « droit à l'oubli », ou le droit d'effacer des données personnelles dans les médias en ligne, devrait être renforcé sur l'ensemble du continent.
7. Saluant la loi brésilienne n°12965 du 23 avril 2014 sur les droits civils sur internet (« *Marco Civil da Internet* ») et la déclaration des droits sur internet adoptée par le Parlement italien le 28 juillet 2015, l'Assemblée appelle les parlements à se pencher sur la question des médias en ligne et du journalisme et à définir des règles générales sur les libertés et les droits fondamentaux des internautes, des journalistes et des médias en ligne, conformément à la présente résolution.

² Projet de résolution adopté à l'unanimité par la commission le 8 décembre 2016.

8. Par conséquent, l'Assemblée recommande :
- 8.1. aux Etats membres :
 - 8.1.1. d'initier, tant au niveau national qu'au sein du Conseil de l'Europe, des discussions sur les normes et mécanismes nécessaires pour prévenir le risque de distorsion de l'information et de manipulation de l'opinion publique, comme déjà suggéré dans la Résolution 1970 (2014) de l'Assemblée sur Internet et la politique: les effets des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la démocratie ;
 - 8.1.2. de permettre aux radiodiffuseurs de service public de faire pleinement usage des possibilités techniques offertes par les médias en ligne, en s'assurant que leur présence internet respecte des règles éditoriales d'un niveau aussi élevé que les règles s'appliquant aux contenus hors ligne. Les médias de service public devraient en particulier faire preuve d'une très grande attention à cet égard en ce qui concerne les contenus utilisateurs ou les contenus publiés par des tiers sur leur présence internet ;
 - 8.1.3. d'introduire dans leur législation ou leur pratique interne un droit de réponse ou toute mesure équivalente permettant une correction rapide des informations inexactes diffusées dans les médias en ligne ou hors ligne ;
 - 8.1.4. de garantir la traçabilité, par les services répressifs, des utilisateurs de médias en ligne lorsque ceux-ci portent atteinte à la loi. L'anonymat des utilisateurs ne doit pas permettre de faire des médias en ligne des zones de non-droit ;
 - 8.1.5. d'inclure l'éducation aux médias dans leurs programmes scolaires et de soutenir les projets de sensibilisation et les programmes de formation ciblés visant à promouvoir l'utilisation critique des médias en ligne ;
 - 8.1.6. de soutenir la formation professionnelle au journalisme, que ce soit dans le cadre de l'enseignement supérieur, de l'apprentissage tout au long de la vie ou des stages proposés par les entreprises de médias en ligne, ainsi que l'éducation au « journalisme citoyen » pour le public en général ;
- 8.2. à la Fédération européenne des journalistes et à l'Association des journalistes européens d'appeler leurs membres à veiller à ce que :
 - 8.2.1 les médias journalistiques professionnels appliquent leurs principes éditoriaux à leur présence internet, y compris à leurs propres contenus, à la publicité et aux contenus provenant de tiers tels que les retours ou les commentaires d'utilisateurs. Tous les médias professionnels ont la responsabilité éditoriale des contenus de tiers publiés sur leur présence internet ;
 - 8.2.2 les utilisateurs de médias en ligne soient informés de la possibilité de déposer un recours à l'encontre de journalistes en ligne, de leur entreprise de médias ou de leur organisation professionnelle ;
- 8.3. à l'Association européenne des fournisseurs de services internet (European Internet Services Providers Association) d'appeler ceux de ses membres qui entretiennent des réseaux sociaux, des moteurs de recherche et des agrégateurs d'actualité :
 - 8.3.1. à se doter de codes de déontologie concernant leur propre transparence et leurs obligations à l'égard des services qu'ils proposent. Lorsque la neutralité de ces services est potentiellement compromise par des intérêts commerciaux, politiques ou autres, les fournisseurs devraient faire preuve de transparence à propos de ces intérêts ; tous les fournisseurs devraient établir des mécanismes d'autorégulation pour contrôler le respect des normes et informer le public de leur adhésion à ces dernières ;
 - 8.3.2. à donner à leurs utilisateurs la possibilité de signaler des informations erronées et à divulguer ensuite l'information rectifiée ;

Doc. ...

- 8.3.3. à rectifier volontairement les contenus inexacts ou à publier une réponse conformément au droit de réponse, ou encore à supprimer les contenus inexacts concernés. Les fournisseurs de services internet ont l'obligation légale de coopérer à la lutte contre les contenus illégaux ;
- 8.3.4. à mettre en place des mécanismes d'alerte contre les personnes qui publient régulièrement des propos insultants ou provocateurs (les « trolls »), permettant ainsi aux utilisateurs de signaler la présence de tels auteurs de troubles afin que les fournisseurs de services internet puissent les exclure de leurs plateformes ;
- 8.4. à l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (EASA) d'appeler ses membres à concevoir des normes d'autorégulation pour garantir :
 - 8.4.1. que les agences publicitaires et les entreprises de relations publiques rendent leur présence internet et leurs contributions à la présence internet d'autres acteurs identifiables en tant que telles ; elles devraient en particulier permettre au public de savoir pour quelles personnes, organisations ou entreprises elles travaillent ;
 - 8.4.2. que les médias professionnels en ligne et les fournisseurs de réseaux sociaux interdisent, dans leurs conditions d'utilisation, la publicité et le lobbying clandestins.

B. Exposé des motifs par la rapporteure, Mme Adele Gambaro

1. Origine et objectif du rapport

1. Le présent rapport a pour origine une proposition de résolution sur « La liberté d'expression sur l'internet : promouvoir une approche homogène »³, dont la commission de la culture, de la science, de l'éducation et des médias a été saisie.

2. L'une des principales questions soulevées par cette proposition concerne la difficulté de contrôler le traitement et le partage de l'information sur internet, notamment (mais pas seulement) compte tenu du nombre croissant de faux profils qui inondent le réseau d'articles et de commentaires anonymes en utilisant les plates-formes de différents médias. La proposition évoque également un problème que notre commission a déjà eu l'occasion d'étudier de près : le stockage de données privées sans règles juridiques spécifiques pour l'encadrer, et la menace que ces pratiques, qui représentent aujourd'hui un élément important du modèle financier de certains médias sur internet, représentent pour la protection des données personnelles et la vie privée des utilisateurs.

3. L'échange de vues qui a eu lieu à Paris le 3 décembre 2015⁴ et le débat qui a suivi ont, d'une part, fait ressortir une nouvelle fois les multiples dangers que la diffusion d'informations fausses, déformées ou inexactes, mais aussi le profilage des utilisateurs au moyen du traitement de « mégadonnées » suivi du ciblage d'informations⁵, font peser sur les droits individuels et sur le fonctionnement de nos systèmes démocratiques ; ils ont d'autre part soulevé la question de l'impact du nouveau paysage médiatique, de la façon de produire et de diffuser des informations, et de ce que nous appelons le « journalisme ». C'est pourquoi la commission a décidé de modifier le titre du rapport en « Médias en ligne et journalisme : défis et responsabilités » et d'en réorienter le contenu en conséquence.

4. De fait, le développement des médias en ligne et les changements considérables qu'il entraîne dans le travail des journalistes soulève également des questions quant au risque de « manipulation ». Rappelons qu'aujourd'hui, les contenus publiés sur internet sont souvent produits par des personnes qui ne sont pas des journalistes professionnels et qui travaillent sans contrôle éditorial ; certains contenus sont même le fruit d'une coproduction dans laquelle des opinions personnelles sont ajoutées à des informations provenant d'autres sources. Il faut aussi rappeler la vulnérabilité des contenus publiés sur internet à l'égard de manipulations techniques (telles que la copie illégale d'autres sources d'information, la retouche de photos et la manipulation des avis d'utilisateurs). Globalement, on a aujourd'hui le sentiment qu'il n'est plus fait de distinction nette entre des informations factuelles exactes et des points de vue personnels agrémentés d'exagérations voire de falsifications factuelles.

5. Dans ce contexte, les sections qui suivent ont pour but de présenter le nouveau paysage médiatique, en particulier les nouvelles formes et les défis du journalisme en ligne, d'examiner les responsabilités des médias et du journalisme en ligne, de souligner l'importance essentielle d'assurer la transparence des médias en ligne et d'engager une réflexion sur des recours spécifiques contre les contenus en ligne.

2. Le nouveau paysage médiatique : médias et journalisme en ligne

6. Autrefois, le paysage médiatique comprenait les médias imprimés (journaux et livres) et la radiodiffusion (radio et télévision). L'avènement d'internet a entraîné une convergence technologique des médias traditionnels et l'apparition de nouvelles formes de médias. Aujourd'hui, ce paysage est donc constitué non seulement des journaux et des radiodiffuseurs qui entretiennent des sites web contenant du texte, des images et des documents audiovisuels (enregistrements audio et vidéo), mais aussi des livres électroniques, des journaux électroniques et des stations de radio et de télévision sur internet.

³ La proposition (Doc. 13589) a été présentée par Mme Arpine Hovhannisyan (Arménie, PPE/DC) et d'autres membres de l'Assemblée.

⁴ M. Ricardo Gutiérrez, Secrétaire général de la Fédération européenne des journalistes (FEJ), et Mme Francine Cunningham, directrice exécutive de l'Association européenne des éditeurs de journaux (ENPA), ont participé à l'échange de vues.

⁵ Si le profilage des utilisateurs est utile aux entreprises sur internet pour optimiser leurs services, il est avant tout utilisé à des fins commerciales et publicitaires. Voir, dans ce contexte, la [Recommandation \(2010\) 13](#) du Comité des Ministres sur la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel dans le cadre du profilage.

7. Les réseaux sociaux tels que Facebook et les plates-formes de contenus publiés par les utilisateurs comme Twitter et YouTube ont acquis une position dominante sur le marché des nouveaux médias en ligne. Les grands fournisseurs internationaux de services internet (Google et Facebook, par exemple) ont créé des outils permettant aux utilisateurs de rechercher et d'agréger des informations provenant d'autres médias en ligne (« Google Actualités » sur Google, et « *Breaking News* » et « fil d'actualité » sur Facebook). Ils s'établissent ainsi comme principales sources d'information pour les utilisateurs souhaitant se tenir au courant de l'actualité, ce qui leur permet de tirer des revenus de la publicité et des données utilisateurs exploitées à des fins de profilage.
8. A mesure que les nouveaux médias attirent une part croissante de recettes publicitaires, les médias traditionnels voient logiquement leur part diminuer. De nombreux journaux, en particulier, ont ainsi cessé d'être rentables. En revanche, certains médias en ligne ont réussi à se faire une place dans le paysage médiatique, à l'image du Huffington Post et de Mediapart, dont il n'existe pas de version papier ; toutefois, la base financière des véritables médias en ligne, c'est-à-dire ceux qui sont diffusés exclusivement sur internet, reste incertaine compte tenu de l'évolution du modèle économique vers la publicité en ligne et la vente de données utilisateurs.
9. Les difficultés financières ont eu (et ont encore) des conséquences négatives sur l'emploi, entraînant une réduction des effectifs de journalistes et des équipes éditoriales ainsi qu'une dégradation de la sécurité de l'emploi et des conditions financières et de travail. Le problème de la détérioration progressive des conditions de travail des journalistes ne date pas d'hier ; l'Assemblée a d'ailleurs déjà souligné, dans sa Résolution 1636 (2008) sur des indicateurs pour les médias dans une démocratie, que les journalistes devraient disposer de contrats de travail adéquats assortis d'une protection sociale suffisante afin que leur impartialité et leur indépendance ne soient pas compromises.
10. Certains éléments laissent toutefois penser que les conditions de travail qui prévalent au sein du nouveau paysage médiatique risquent de se dégrader. En effet, les tensions financières auxquelles sont soumises les entreprises de médias, associées au renforcement de la concurrence, notamment entre journalistes, renforcent la pression exercée par la hiérarchie. Les journalistes sont ainsi priés de produire rapidement leurs articles alors qu'ils sont confrontés à une quantité énorme de sources dont il faut extraire l'information et l'analyser. Ceci les amène à effectuer des heures de travail supplémentaires, pas toujours rémunérées, et tend à effacer la frontière entre leur vie professionnelle et leur vie privée.
11. La plupart des journalistes ont aujourd'hui un statut de type « travailleur indépendant » et touchent souvent de très faibles rémunérations pour les articles qu'ils produisent. L'augmentation du nombre de journalistes *freelance* et le recours croissant à l'externalisation et à la sous-traitance nuisent également à la capacité des syndicats de protéger les droits économiques des professionnels des médias.
12. Une enquête réalisée récemment par la Fédération européenne des journalistes montre que, dans le secteur des médias en ligne, les journalistes travaillent fréquemment dans des conditions précaires⁶. Globalement, ils doivent aujourd'hui faire face à un niveau plus élevé d'insécurité en matière d'emploi, à une pression plus forte de la part de leur hiérarchie, à une charge de travail plus importante et, de façon générale, à de plus mauvaises conditions de travail⁷.
13. La profession de journaliste connaît elle-même d'importants changements. Lors de l'audition à laquelle notre commission a procédé le 23 juin 2016 à Strasbourg, le directeur de l'École de journalisme Burda à Offenbourg (Allemagne) a expliqué qu'aujourd'hui, les journalistes en ligne doivent interagir avec les internautes et sont chargés d'atteindre eux-mêmes leur public grâce à Twitter et aux réseaux sociaux. Les journalistes en ligne sont donc également les promoteurs et les diffuseurs de leurs propres contenus.
14. En outre, tandis qu'auparavant les journalistes jouaient un rôle d'intermédiaire entre les protagonistes de l'actualité et le public et qu'ils utilisaient leurs sources d'information pour informer l'ensemble du public, ils sont aujourd'hui concurrencés par d'autres acteurs tels que les services de communication des entreprises,

⁶ <http://europeanjournalists.org/fr/2015/11/04/une-etude-de-la-fej-revele-les-conditions-de-travail-difficiles-des-journalistes-en-ligne/>

⁷ Ces questions seront examinées en détail par ma collègue Mme Elvira Drobinski-Weiss dans son futur rapport sur le statut des journalistes en Europe.

les agences publicitaires, les consultants en relations publiques et les lobbyistes politiques qui produisent eux-mêmes des contenus en ligne et entretiennent une interactivité ciblée avec les utilisateurs.

15. Les médias en ligne se caractérisent par leur accessibilité quasi universelle via les *smartphones* et autres dispositifs mobiles permettant d'accéder à Internet, leur immédiateté, leur concision (les messages sur Twitter sont par exemple limités à 140 caractères), l'association de textes et de contenus audiovisuels, ainsi que l'interactivité avec le public, qui peut y ajouter ses propres contenus.

16. Le sens du mot « actualité » a changé lors du passage des médias traditionnels aux réseaux sociaux et aux plates-formes de contenus produits par les utilisateurs : ces supports sont aujourd'hui dominés par « l'*infotainment* » (c'est-à-dire un mélange d'information et de divertissement se prêtant à une exploitation commerciale).

17. Cette évolution a des conséquences sur les exigences à l'égard du travail des journalistes. Du fait de la réduction des effectifs, chaque journaliste doit produire davantage de contenus dans des délais beaucoup plus courts. Compte tenu du caractère interactif des médias en ligne, les journalistes en ligne doivent s'efforcer de faire en sorte que leurs contenus soient retransmis en cascade sur les réseaux sociaux. Le texte, les titres et les photos doivent répondre aux critères des outils de recherche et des services d'agrégation d'actualités pour atteindre le marché. Ces nouvelles exigences peuvent nécessiter de nouvelles compétences professionnelles.

18. L'évolution en cours a également d'autres conséquences importantes. Par exemple, les journalistes ont eux-mêmes besoin de collecter des informations dans le cadre de leur travail ; aujourd'hui, la recherche d'informations semble être plus facile qu'auparavant grâce aux outils de recherche, aux services d'agrégation d'actualités et aux photographies accessibles à tous sur internet. Ce point soulève toutefois la question fondamentale de la fiabilité de ces nouveaux outils et de la qualité des informations auxquelles ils donnent accès : en effet, les dommages causés par une information inexacte peuvent être beaucoup plus importants lorsque cette information est relayée (par erreur) par un journaliste professionnel. Cela montre que le nouveau contexte peut également exiger l'adoption de nouvelles normes éthiques pour les journalistes en ligne.

19. Autre problème posé par le journalisme en ligne : le fait que les contenus produits par les journalistes professionnels puissent être exploités par d'autres acteurs par la suite, ce qui fait peser une pression financière supplémentaire sur la profession journalistique. Des droits d'auteur devraient protéger ces derniers et leur assurer une rémunération convenable lorsque d'autres personnes utilisent leur travail. A cet égard, les législateurs nationaux ont énoncé un certain nombre de règles à l'intention des fournisseurs de services internet : aux Etats-Unis par exemple, le *Digital Millennium Copyright Act* comporte des dispositions sur les droits d'auteur et s'applique aux entreprises multinationales telles que Google, Facebook et Twitter qui sont enregistrées et ont leur siège dans ce pays. Au sein de l'Union européenne, la législation de l'UE tient compte des traités internationaux relatifs aux droits d'auteur. L'échec de l'accord commercial anti-contrefaçon (ACAC) en 2012 n'a pas eu d'incidence sur la protection juridique de ces droits et des droits voisins dans le secteur des médias en ligne. La protection du droit d'auteur est une condition indispensable à la survie économique des médias traditionnels offrant des contenus journalistiques originaux.

20. Les journalistes membres des différentes organisations professionnelles attendent légitimement qu'une distinction soit faite entre eux et les autres acteurs qui publient des informations sur le web ; ils jouissent traditionnellement d'un certain nombre de privilèges liés au rôle important que joue la profession dans l'information du public sur des questions d'intérêt général. Parmi ces privilèges figurent, par exemple, des places réservées dans les tribunaux, les parlements et les conférences de presse officielles, ou des facilités d'entrée à d'importants événements sportifs ou culturels. En outre, les journalistes ont le droit de ne pas révéler leurs sources d'information. Pour des raisons pratiques et juridiques, la plupart de ces privilèges ne peuvent être accordés à l'ensemble des « citoyens-journalistes⁸ », des blogueurs et des consultants en

⁸ Le terme « citoyen-journaliste » est une expression populaire désignant les particuliers qui, sans être des journalistes professionnels, publient des contenus multimédias en ligne. La plupart du temps, leurs contributions consistent en des photos et des vidéos prises avec leur téléphone portable. Les médias traditionnels tels que la BBC demandent à leurs lecteurs ou téléspectateurs de leur envoyer des images liées aux informations diffusées par le biais de leur présence internet. Voir par exemple: <http://nypost.com/2016/03/09/citizen-journalists-are-about-to-take-over-newsrooms/> (en anglais uniquement). Ce terme n'est pas forcément très approprié dans la mesure où le fait d'envoyer des textes ou des photos aux médias ne fait pas du citoyen un journaliste ; cependant, les citoyens restent des sources d'information pour

relations publiques. Néanmoins, ces groupes de personnes jouissent des mêmes libertés fondamentales que les journalistes, y compris la liberté d'expression et la liberté d'information.

3. Désinformation et manipulation en ligne

21. Lors de la réunion que notre commission a tenue les 19 et 20 septembre 2016 à Kiev, l'un des experts, Mme Margo Smit, Médiatrice au radiodiffuseur public néerlandais NOS et professeure de journalisme à l'Université d'Etat de Groning, a mentionné l'ouvrage « Les principes du journalisme », de Bill Kovach et Tom Rosenstiel, dans lequel les auteurs identifient les principes et pratiques fondamentaux du journalisme⁹. Mme Smit a insisté, à juste titre, sur le premier principe qui s'applique aux journalistes, à savoir : « S'astreindre au respect de la vérité ».

22. Cependant, à l'heure actuelle, le sentiment général est que la désinformation l'emporte sur l'information objective, et que la manipulation et la propagande l'emportent également sur la libre expression des opinions et points de vue personnels. Le risque que les médias de masse ne soient utilisés pour manipuler l'opinion publique n'est pas nouveau ; encore une fois, c'est la nature tentaculaire des médias en ligne qui pose problème étant donné qu'elle multiplie ce risque. Nous devons nous demander si nous en mesure de contrer cette menace de façon efficace.

23. Depuis l'avènement d'internet, le caractère manipulateur de la Toile fait l'objet d'un débat public. Les médias audiovisuels restent le type de média auquel la population fait le plus confiance, et la plupart des utilisateurs de médias en ligne ne font pas confiance à ces derniers, en Europe¹⁰ comme aux Etats-Unis¹¹.

24. Il serait utopique et faux de prétendre que le journalisme peut mettre au jour la vérité absolue. En effet, même dans un rapport purement factuel, il est impossible d'être exhaustif. Aussi, toute information présentée ne peut-elle être que partielle, et il y a forcément une part de subjectivité dans le choix des éléments relatés. A titre d'exemple, un journaliste peut parler d'une manifestation en mettant l'accent sur les raisons de cette mobilisation ou sur les dégâts collatéraux provoqués par certains fauteurs de troubles (et utiliser des images en conséquence) ; il peut donner la parole davantage aux manifestants ou à leurs opposants, il peut utiliser les chiffres de la police ou ceux des organisateurs de l'événement concernant le nombre de participants (ceux-ci variant généralement de façon considérable), etc.

25. Cependant, si la Vérité n'existe pas, je suis d'avis que le respect du principe de la vérité a, quant à lui, une réelle signification. Ainsi, il implique la volonté de décrire simplement des faits ou un événement au public, en s'appuyant sur les éléments pertinents du contexte. Il ne s'agit donc pas de relater tous les détails possibles, mais de s'efforcer de présenter des « faits vérifiés, précis et placés dans un contexte qui a du sens ».

26. Le principe du respect de la vérité exige également une vérification professionnelle de l'information : les journalistes doivent avoir « une approche transparente des faits (...) afin que les influences personnelles et culturelles ne nuisent pas à la précision de leur travail. Si eux ne peuvent pas être objectifs, leurs méthodes le sont. Le fait de rechercher plusieurs témoins, de divulguer autant d'informations que possible sur leurs sources ou de demander aux diverses parties impliquées de commenter une situation sont autant de pratiques traduisant une telle déontologie. L'astreinte de la vérification est ce qui distingue le journalisme d'autres formes de communication, telles que la propagande, la publicité, la fiction ou le divertissement. » Ceci est particulièrement pertinent pour le journalisme en ligne.

27. Le public ne peut pas réellement s'attendre à ce que les journalistes restent « neutres » : ce sont des faiseurs d'opinion, et ils cherchent (explicitement ou non) à influencer l'opinion publique en partageant leur interprétation des faits ou des événements qu'ils présentent, ainsi que leurs points de vue sur la pertinence

les journalistes.

⁹ Une présentation de dix éléments communs au « bon » journalisme, fondée sur l'ouvrage, est proposée à l'adresse suivante : <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/elements-journalism/> (en anglais uniquement). J'inclurai également des extraits de cette présentation (entre guillemets) dans les paragraphes qui suivent.

¹⁰ <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Trust%20in%20Media%202016.pdf> (en anglais uniquement).

¹¹ <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/news-trust-digital-social-media/> (en anglais uniquement).

et l'impact de ces derniers. L'influence est un objectif légitime du journalisme dans des sociétés démocratiques, mais lorsque les « informations » factuelles s'accompagnent d'une analyse et que le journaliste exprime également son point de vue, le principe du respect de la vérité commande que ce dernier indique clairement au lecteur ou au public où s'arrête l'information et où commencent son analyse et son interprétation personnelles. Le journalisme doit encourager la réflexion critique, et non contribuer à sa disparition.

28. Contrairement à l'idée d'avoir de l'influence ou de convaincre, la notion de manipulation a une connotation négative dans la mesure où elle implique un pouvoir illicite sur quelqu'un. On pourrait la définir comme le fait de déformer ou de présenter des données de sorte à induire autrui en erreur et à contrôler injustement, sans scrupules et à son propre avantage les émotions et réactions de cette personne. La manipulation ne concerne pas seulement les médias en ligne ; c'est un phénomène ancien, observé notamment dans les régimes non démocratiques, sous le fascisme et le communisme, où les médias étaient considérés comme un moyen de diriger la population. Cette manipulation orchestrée par l'Etat ou contrôlée par le parti s'accompagnait d'une propagande officielle et d'une censure des opinions divergentes et des informations indésirables.

29. Malheureusement, les exemples de désinformation à motivation politique sont encore légion aujourd'hui¹². Citons, par exemple, la vidéo postée en janvier 2016 sur Facebook par un journaliste russe, Ivan Blagoy, qui alléguait que la fille d'un couple de migrants russes en Allemagne, âgée de 13 ans, avait été violée par des demandeurs d'asile à Berlin. Cette fausse information avait même été reprise par le ministre russe des Affaires étrangères lors d'une conférence de presse officielle à Moscou¹³.

30. Il s'agit là d'un cas extrême, mais, sans aller aussi loin, les médias en ligne ont introduit de nouveaux moyens d'influencer les débats et l'opinion publics, notamment par le biais de l'ajout massif de certains contenus ou mots-clés sur des forums de discussion en ligne. Ainsi, des mots-clés et des débats ont été lancés sur des réseaux sociaux à des fins politiques. La présence en ligne du Président des Etats-Unis, Barack Obama, a remporté un franc succès et fait l'objet de nombreux commentaires¹⁴. Les deux plus grands partis politiques du Royaume-Uni¹⁵ ont d'ailleurs engagé d'anciens conseillers du Président Obama en tant que directeurs de la communication à la suite des élections présidentielles de 2008 et 2012 aux Etats-Unis et de celles de 2015 au Royaume-Uni. L'Italie¹⁶ et la Russie¹⁷, par exemple, se sont également dotées de tels spécialistes. De façon plus générale, certains militants en ligne, ou « *web brigades* », sont désormais bien connus pour tenter d'imposer leurs vues politiques sur les réseaux sociaux¹⁸. Dans de tels contextes, il est parfois difficile d'établir la frontière entre l'influence et la manipulation.

31. Autre risque très concret : l'accès orienté à l'information en ligne. Etant donné que l'algorithme de recherche de Google répond à des comportements utilisateurs tels que la quantité de mots associés recherchés, des groupes d'utilisateurs manipulateurs pourraient influencer la fonction de saisie automatique en recherchant massivement une combinaison donnée de mots associés. En Allemagne, en Chine et au Japon, des tribunaux ont ordonné à Google de modifier sa fonction de saisie automatique dans des cas où des noms de personnes étaient automatiquement associés à des termes à connotation négative¹⁹. Au

¹² <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+XML+V0//FR>

¹³ <http://www.bbc.com/news/blogs-eu-35413134> (en anglais uniquement)

¹⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama_on_social_media (en anglais uniquement)

¹⁵ <http://www.dailymail.co.uk/wires/afp/article-3017809/Obama-spin-doctors-hired-shake-deadlocked-UK-vote.html> (en anglais uniquement)

¹⁶ <http://temi.repubblica.it/micromega-online/grillo-e-il-suo-spin-doctor-la-casaleggio-associati/> (en italien uniquement)

¹⁷ <http://europe.newsweek.com/how-defeat-putins-internet-trolls-328408?rm=eu> (en anglais uniquement)

¹⁸ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Web-brigades>

¹⁹ Les tribunaux allemands ont ordonné à Google de supprimer non seulement des termes à connotation négative tels que « quartier chaud », « prostituée » et « escroquerie », mais aussi des termes en rapport avec la vie privée tels que « Scientologie » : <http://www.spiegel.de/international/business/court-orders-google-to-delete-search-suggestions-that-violate-privacy-a-899741.html> (en anglais uniquement).

La décision du tribunal d'instance de Tokyo, en 2012, concernait une affaire dans laquelle un homme avait perdu son travail parce que son nom était automatiquement associé à des activités criminelles :

<http://www.japantimes.co.jp/news/2012/03/26/news/google-ordered-to-delete-terms-from-autocomplete/#.V8VWT2df2fA> (en anglais uniquement).

Un tribunal de Hong Kong a suivi le même raisonnement en 2014, s'agissant d'une personne dont le nom était

automatiquement associé au crime organisé : <http://www.chinapost.com.tw/asia/other/2014/08/07/414291/HK-court.htm>

Royaume-Uni, en février 2016, la fonction de correction automatique de Google a même été accusée de partialité politique²⁰.

32. De la même manière, en 2015, Google a été accusé d'avoir favorisé Hillary Clinton par le biais de sa fonction de saisie automatique. Un représentant de l'entreprise a expliqué²¹ que l'algorithme de saisie automatique était conçu de manière à éviter d'associer le nom d'une personne à des termes offensants ou méprisants, et que cette règle s'appliquait de la même manière à toute personne, quelle qu'elle soit.

33. En 2014, c'est Facebook qui avait fait l'objet de critiques pour avoir secrètement mené une étude visant à déterminer si le fait de confronter des utilisateurs à des contenus véhiculant des émotions exerce une influence sur le comportement de ces utilisateurs lorsqu'ils publient eux-mêmes des contenus²². Des anciens employés de l'entreprise ont reconnu dans un média en ligne en mai 2016 qu'ils avaient manipulé des contenus politiques sur le réseau, mais le directeur adjoint du département de la Recherche de Facebook a répondu dans une publication en ligne concernant cette affaire qu'aucune preuve de la véracité de ces allégations anonymes n'avait été trouvée²³.

34. D'autres exemples de l'utilisation de données en ligne à des fins de manipulation du public concernent les retours des utilisateurs tels que les « J'aime » ou les « abonnés » sur Facebook, ou encore les notes données par les utilisateurs sur les sites web commerciaux ; nombreux semblent être les cas dans lesquels les chiffres sont gonflés par des contributions achetées ou partisans.

35. Le lancement d'informations à mauvais escient est aujourd'hui utilisé comme un puissant outil pour détruire la réputation d'opposants ou de concurrents. La pratique est courante sur les réseaux sociaux, et les exemples choquants de cyberharcèlement²⁴ qui sont occasionnellement portés à l'attention du public (notamment en raison de leurs conséquences dramatiques) ne sont que la partie émergée de l'iceberg dans ce domaine. Cette méthode est employée dans le monde des affaires, par exemple dans le cadre de campagnes contre des produits concurrents. Elle est employée dans les milieux politiques également, où l'on lance des attaques ciblées contre des rivaux politiques. Bien entendu, les questions relatives à la fiabilité de l'information et à la diffamation existent depuis toujours, mais avec les médias en ligne, de telles pratiques prennent une nouvelle ampleur du fait de la rapidité de la diffusion des informations et de l'effet exponentiel qui s'ensuit, à quoi s'ajoute la difficulté objective de supprimer ou de corriger de fausses informations²⁵.

4. Responsabilité pour ses propres contenus et les contenus de tiers

36. Ainsi qu'il est énoncé au paragraphe 12 de la résolution 1970 (2014) intitulée « Internet et la politique : les effets des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la démocratie », « internet accroît les risques d'abus et de dérives pouvant mettre en danger les droits de l'homme, l'Etat de droit et la démocratie : internet héberge l'expression de l'intolérance, de la haine et de la violence contre les enfants et les femmes ; il arme la criminalité organisée, le terrorisme international, les dictatures ; il augmente aussi le risque d'informations biaisées et de manipulation des opinions, et il rend possible le contrôle sournois de notre vie privée ». En outre, au paragraphe 13 de cette même résolution, l'APCE constate avec préoccupation que « les données à caractère personnel sont dégradées en simples biens marchands et détournées à des fins commerciales ou politiques, menaçant gravement la protection de la sphère privée. D'autre part, l'utilisation accrue des nouvelles techniques de sondage sémantique peut mener à une manipulation de l'opinion publique et altérer les processus politiques ».

37. Face à de tels risques, l'Assemblée déclare au paragraphe 14 de la résolution 1970 qu'« internet ne doit pas devenir une machine tentaculaire fonctionnant hors de tout contrôle démocratique. Il faut empêcher

²⁰ <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3426779/Labour-finished-Lib-Dems-left-wing-SNP-joke-Conservatives-BLANK-Google-search-mystery-prompts-questions-tax-conspiracy.html> (en anglais uniquement).

²¹ <http://www.usatoday.com/story/tech/news/2016/06/10/google-says-search-isnt-biased-toward-hillary-clinton/85725014/> (en anglais uniquement)

²² <http://www.bbc.com/news/technology-29475019> (en anglais uniquement)

²³ <http://gizmodo.com/former-facebook-workers-we-routinely-suppressed-conser-1775461006> (en anglais uniquement)

²⁴ Le terme « cyberharcèlement » désigne le harcèlement et les attaques psychologiques à l'encontre d'individus (d'adolescents, la plupart du temps) par e-mail, SMS et « trolling ». Si ce phénomène se produit généralement entre particuliers, les sites internet peuvent également cibler un grand nombre de personnes ou de groupes de personnes.

²⁵ Ces questions seront examinées en détail par ma collègue Marit Maij dans le futur rapport sur le thème « Mettre fin à la cyberdiscrimination et aux propos haineux en ligne ».

que la Toile ne devienne de fait une zone de non-droit, un espace dominé par des pouvoirs cachés où aucune responsabilité ne pourrait être clairement attribuée ».

38. Plus de deux ans plus tard, force est de constater que la responsabilité des médias en ligne est plus que jamais un défi sociétal non résolu. Hors du cyberspace, il existe des voies de recours en cas de publication d'informations inexactes ou qui nuisent au respect de la vie privée d'autrui. Sur internet, cependant, des images privées peuvent circuler sans véritable contrôle et des données à caractère personnel sont massivement recueillies et traitées.

39. Lors du Dialogue européen sur la gouvernance de l'internet (EuroDIG) qui s'est tenu à Bruxelles en 2016, le Conseil de l'Europe a coorganisé une session plénière sur « les règles en vigueur dans le monde numérique – économie contre droits de l'homme » ; il est ressorti du débat que les droits de l'homme et d'autres normes importantes qui s'appliquaient jadis aux médias traditionnels sont aujourd'hui remis en question, dans le cyberspace, par des intérêts économiques et autres souvent puissants²⁶. Face à cette dichotomie, il est nécessaire que le public prenne davantage conscience du problème et que la politique s'y attaque plus activement afin que les droits de l'homme, tels que le droit à la vie privée, ne soient pas sacrifiés sur l'autel de la rentabilité économique.

40. Par ailleurs, il convient de se féliciter de l'arrêt de la Grande Chambre de la Cour européenne des droits de l'homme dans l'affaire *Delfi AS c. Estonie* (Requête n°64569/09), qui clarifie le champ d'application de l'article 10 de la Convention européenne des Droits de l'homme en ce qui concerne les fonctions et responsabilités des portails d'actualités sur internet, conformément à l'article 10 § 2 de cette Convention, quand ils fournissent, à des fins commerciales, une plate-forme pour générer des commentaires d'utilisateurs sur un contenu précédemment publié et que certains utilisateurs – qu'ils soient identifiés ou anonymes – s'engagent dans un discours clairement illicite, violant les droits de la personnalité des autres et contribuent au discours de haine et d'incitation à la violence contre eux.

Responsabilité des médias en ligne et des intermédiaires

41. Au fil des décennies, la législation a évolué en soulignant l'importance de la liberté des médias pour la démocratie et pour chaque personne à titre individuel, tout en inscrivant cette liberté dans le contexte d'autres droits fondamentaux tels que le droit à la vie privée et la protection de la réputation d'autrui. A cet égard, la Cour européenne des droits de l'homme a établi une vaste jurisprudence en se fondant sur l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme²⁷. Il est clair que le droit à la liberté d'expression et à la liberté d'information ne couvre pas les appels au terrorisme, le discours de haine, l'incitation au racisme, la pornographie enfantine ni le cyberharcèlement, qui porte gravement atteinte à la dignité humaine.

42. La presse écrite et les radiodiffuseurs traditionnels assument la responsabilité éditoriale des contenus qu'ils diffusent. Lorsque des médias traditionnels entretiennent une présence sur internet, il semble logique d'attendre d'eux qu'ils appliquent leurs normes habituelles aux contenus en ligne également. Ce principe soulève toutefois quelques questions, notamment celles de savoir si ces normes sont correctement appliquées, si elles devraient être adaptées dans une certaine mesure et s'il est possible de les faire également appliquer par d'autres acteurs en ligne. En effet, de nombreux médias en ligne se considèrent comme de simples intermédiaires techniques entre les utilisateurs, à la façon des opérateurs téléphoniques traditionnels. Or, cette analogie ne tient généralement pas compte des ressources et des moyens dont disposent la plupart des médias en ligne.

43. Google, Facebook et d'autres fournisseurs de services internet sont des entreprises privées qui traitent avec des utilisateurs privés sur la base du droit des contrats en vigueur au niveau national. La plupart des réseaux sociaux ont établi des règles à l'intention de leurs utilisateurs sous la forme de conditions d'utilisation ou de codes de conduite. Ces conditions contractuelles peuvent présenter un caractère d'autorégulation ou viser à protéger l'image des marques concernées (comme Google ou

²⁶ http://eurodigwiki.org/wiki/PL_3:_The_rules_of_the_digital_world_%E2%80%93_economy_versus_human_rights (en anglais uniquement).

²⁷ Voir, par exemple, la publication « La liberté d'expression en Europe : jurisprudence relative à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme » (Strasbourg, 2006) [http://www.echr.coe.int/LibraryDocs/DG2/HRFILES/DG2-FR-HRFILES-18\(2006\).pdf](http://www.echr.coe.int/LibraryDocs/DG2/HRFILES/DG2-FR-HRFILES-18(2006).pdf).

Facebook, par exemple). On peut citer, dans ce contexte, l'initiative contre le discours de haine lancée par Facebook.

44. Les restrictions imposées par les réseaux sociaux aux contenus publiés par les utilisateurs, et plus généralement au comportement des utilisateurs, s'inscrivent dans le cadre de la liberté contractuelle. Les utilisateurs ne peuvent contester ces restrictions en invoquant le droit à la liberté d'expression au titre de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme, sauf dans le cas où un fournisseur de services internet posséderait un quasi-monopole sur le marché et serait de ce fait soumis à des obligations de service public.

45. La responsabilité juridique est la forme de responsabilité la plus contraignante. A titre d'exemple, citons l'importante décision rendue en 2000 par le Tribunal de grande instance de Paris dans l'affaire LICRA c. Yahoo!, qui a obligé Yahoo! France à bloquer l'accès, en France, à des sites étrangers vendant du matériel illégal²⁸.

46. En 2013, la Cour européenne des droits de l'homme a estimé que la sanction infligée aux propriétaires du site Pirate Bay en Suède, reconnus coupables d'entretenir une plate-forme permettant de violer des droits d'auteur, était conforme à la Convention européenne des droits de l'homme²⁹. Dans l'affaire Delfi AS c. Estonie, la Cour européenne des droits de l'homme a conclu, le 16 juin 2015, qu'il n'y avait pas eu violation de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme dans le fait d'imposer une sanction à l'entreprise requérante (qui exploite un portail d'actualités à titre professionnel dans le cadre d'une activité commerciale) compte tenu de l'insuffisance des mesures que ladite société avait prises pour retirer sans délai après leur publication des commentaires constitutifs d'un discours de haine et d'une incitation à la violence et pour assurer une possibilité réaliste de tenir les auteurs des commentaires pour responsables de leurs propos³⁰. En d'autres termes, l'arrêt de la Cour signifie que la responsabilité des entreprises de médias peut être engagée lorsque les mécanismes de filtrage (technique ou manuel) que ces entreprises mettent en place ne suffisent pas à empêcher que des propos injurieux ou diffamatoires soient rendus publics.

47. Le Conseil de l'Europe a également établi des normes non contraignantes, notamment dans le cadre de la Recommandation CM/Rec(2014)6 du Comité des Ministres aux Etats membres sur un Guide des droits de l'homme pour les utilisateurs d'internet³¹. Dans cette recommandation, le Comité des Ministres énonce clairement, par exemple, que « les droits de l'homme, universels et indivisibles, et les normes pertinentes en matière de droits de l'homme, priment sur les conditions générales d'utilisation imposées par les acteurs du secteur privé aux utilisateurs d'internet. (...) Les utilisateurs devraient pouvoir être aidés à comprendre et à exercer effectivement les droits de l'homme en ligne quand leurs droits et leurs libertés sont restreints ou entravés. Cela implique notamment qu'ils soient renseignés sur les voies de recours effectives ».

48. En conséquence, la recommandation CM/Rec(2014)6 énonce à cet égard que, « pour garantir que les normes existantes en matière de droits de l'homme et de libertés fondamentales s'appliquent de la même façon en ligne et hors ligne, le Comité des Ministres recommande, conformément à l'article 15.b du Statut du Conseil de l'Europe, que les Etats membres (...) assurent aux utilisateurs d'internet l'accès à des recours effectifs en cas de restriction ou quand ils estiment que leurs droits sont violés, ce qui implique à la fois une coordination et une coopération renforcée entre les institutions, entités et communautés pertinentes. Cela implique également l'engagement d'une coopération active et efficace des acteurs du secteur privé et des organisations de la société civile. Selon le contexte national, cela peut inclure des dispositifs de recours tels que ceux mis en place par des autorités de protection des données, des institutions nationales de protection des droits de l'homme (comme le médiateur), des procédures judiciaires ou des services d'assistance téléphonique ».

²⁸ https://fr.wikipedia.org/wiki/LICRA_contre_Yahoo!.

²⁹ Neij et Sunde Kolmisoppi c. Suède (Requête n°40397/12), <http://hudoc.echr.coe.int/fre?i=001-142273>.

³⁰ (Requête n°64569/09) <http://hudoc.echr.coe.int/fre?i=001-155627>

³¹ La Recommandation CM/Rec(2014)6 est reproduite dans le document suivant :

<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016804b8447>.

5. Transparence des médias en ligne

Transparence des auteurs de contenus en ligne

49. Les médias en ligne manquent fréquemment de transparence en ce qui concerne notamment l'identité des personnes exerçant une responsabilité éditoriale, les propriétaires du média et le siège social de l'entreprise. Cette situation peut engendrer des difficultés pour les individus qui souhaitent engager un recours contre un média en ligne en vue de contester la diffusion d'informations inexacts ou illicites ou de propos diffamatoires.

50. Souvent, il est impossible pour le public d'identifier les auteurs de textes ou de photos publiés dans des médias en ligne, notamment dans les contenus générés par les utilisateurs tels que les commentaires ou les avis. Or, la responsabilité implique logiquement l'obligation de transparence. En outre, pour pouvoir apprécier la valeur et la fiabilité d'une information, il est nécessaire de connaître son auteur et le contexte dans lequel elle a été produite.

51. La déclaration des droits sur internet adoptée par le Parlement italien³² comprend le droit à la protection de l'anonymat. Cette protection fait toutefois l'objet de plusieurs restrictions : « Art. 10 (Protection de l'anonymat) : 1. Toute personne peut accéder à internet et communiquer par voie électronique en utilisant des systèmes, y compris des systèmes techniques, qui protègent l'anonymat et empêchent la collecte de données personnelles, en particulier en vue d'exercer des libertés civiles et politiques sans faire l'objet de discrimination ni de censure. 2. Seules sont autorisées les restrictions à ce droit qui répondent à la nécessité de protéger des intérêts généraux supérieurs et sont nécessaires, proportionnées et conformes aux lois et aux principes fondamentaux d'une société démocratique. 3. En cas de violation de la dignité et des droits fondamentaux d'une personne, et dans d'autres cas prévus par la loi, l'autorité judiciaire peut demander, par une requête motivée, à connaître l'identité de l'auteur d'une communication. » (traduction libre)

52. On entend souvent dire que l'anonymat peut contribuer à protéger les auteurs dans les régimes répressifs et non démocratiques ; cela peut être vrai. Néanmoins, si cette exception est valable dans les pays non démocratiques, l'exigence de transparence concernant les auteurs de contenus en ligne n'en est pas moins justifiée dans les pays démocratiques. Malheureusement, il est peu probable que l'anonymat en ligne offre une protection efficace pour empêcher les régimes non démocratiques d'identifier les auteurs de propos critiques, car la plupart de ces régimes se sont dotés de puissants outils pour accéder aux sources d'information.

53. Dans le débat public, l'anonymat des utilisateurs d'internet est parfois considéré comme un objectif légitime, voire comme un droit qui comprendrait un prétendu droit à utiliser des technologies de cryptage³³. Ces considérations sont contraires aux règles en vigueur pour d'autres moyens de communication. En ce qui concerne les médias traditionnels (imprimés) et les films, la plupart des législations nationales prévoient que l'identité de la personne légalement responsable de leur contenu doit être rendue publique. Les abonnés au téléphone peuvent empêcher que leur numéro soit affiché sur les terminaux ou que leur nom et adresse figurent dans les annuaires, mais leur identité peut être obtenue par l'opérateur téléphonique et par les services répressifs.

54. En fait, les fournisseurs de services internet procèdent généralement à l'enregistrement et au traitement de toutes les activités de leurs utilisateurs sur le réseau, y compris la production de contenus en ligne. Si ces « mégadonnées » sont exploitées pour améliorer de façon ciblée les services proposés aux utilisateurs, elles constituent également de précieux biens commerciaux qui sont vendus à des publicitaires en ligne ou à d'autres acteurs. Il y a donc conflit entre la protection légitime des données personnelles, d'une part, et les puissants intérêts commerciaux du secteur de la publicité en ligne, d'autre part.

55. En outre, il existe des techniques permettant de dissimuler l'identité et les activités des internautes, par exemple dans le cadre des « darknets ». Pour naviguer sur le darknet, les utilisateurs emploient fréquemment l'outil *The onion router*, ou Tor, qui fait circuler le trafic internet à travers un réseau comptant plusieurs milliers de relais mis volontairement et gratuitement à disposition, ce qui permet de dissimuler la

³² http://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/commissione_internet/testo_definitivo_inglese.pdf (en italien uniquement).

³³ <https://www.article19.org/resources.php/resource/38006/en/report:-the-right-to-online-anonymity> (en anglais uniquement).

localisation et les activités de l'utilisateur. Tor offre également des services cachés qui permettent de créer un serveur quasiment impossible à tracer, hébergé au sein du réseau Tor. Les chercheurs Daniel Moore et Thomas Rid (King's College, Londres) ont publié en février 2016 une étude indiquant que le darknet Tor est principalement utilisé pour le trafic de drogues, les transactions financières illégales, l'extrémisme, la pornographie illégale et d'autres activités illicites³⁴. Un anonymat de cette nature n'a pas lieu d'être dans un Etat de droit, et internet ne doit pas être un espace de non-droit.

56. Si les utilisateurs des médias en ligne peuvent de fait dissimuler leur identité vis-à-vis d'autrui, leur traçabilité doit être garantie, autant que possible, en cas de violation de la loi. Le numéro de protocole Internet (IP) permet de retracer les utilisateurs dans la plupart des cas. Cependant, ce n'est ni toujours facile, ni (de facto) toujours possible³⁵. L'utilisation de serveurs proxy et de «routage d'oignon», conjuguée à des problèmes juridiques découlant de la présence de multiples juridictions, constitue, à ce jour, un défi important pour les responsables de l'application de la loi. A cet égard, une coopération renforcée entre les autorités nationales et les parties prenantes de l'Internet est essentielle.

Transparence de la propriété des médias en ligne

57. La Résolution 2065 (2015) intitulée « Accroître la transparence de la propriété des médias » énonce, entre autres, que les informations à communiquer concernant les médias devraient comprendre les éléments suivants :

- leur raison sociale, leur siège social et leurs coordonnées, ainsi que le but lucratif ou non, ou leur appartenance à l'Etat ;
- le nom des personnes qui ont une responsabilité éditoriale ou des auteurs du contenu éditorial ;
- le nom des auteurs du contenu fourni par des tiers, sauf si la protection des sources journalistiques exige de garder leur nom secret ou si le droit à la liberté d'expression de l'auteur risque d'être menacé au-delà des limites de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.

58. La plupart des entreprises professionnelles de médias respectent ce principe de transparence ; toutefois, certaines cherchent à maintenir l'anonymat de leurs propriétaires, principalement afin de dissimuler leurs affiliations politiques. Sur les sites web privés, dans les *blogs* et les articles sur les réseaux sociaux, les auteurs semblent préférer limiter la transparence. Il convient donc de d'accorder une attention particulière à ce secteur, par exemple en prenant des dispositions concernant ces présences internet et les contenus hébergés par les fournisseurs de services internet.

6. Droits des utilisateurs d'internet et recours spécifiques contre les contenus en ligne

59. Le 25 mars 2014, le Congrès national du Brésil a adopté un projet de déclaration des droits des internautes ; ce texte est ensuite devenu la loi n°12965 du 23 avril 2014 sur les droits civils sur internet (Marco Civil da Internet)³⁶. A la suite des révélations d'Edward Snowden sur la surveillance des réseaux de télécommunication brésiliens par les services de renseignement des Etats-Unis, Mme Dilma Rousseff, alors Présidente du Brésil, avait proposé de renforcer le droit à la vie privée dans le cyberspace dans un discours prononcé lors de la 68^e session de l'Assemblée générale des Nations Unies, le 24 septembre 2013. La loi n°12965 énonce huit principes, à savoir la liberté d'expression, la protection de la vie privée, la protection des données personnelles, la neutralité du réseau, la stabilité et la sécurité du réseau, la responsabilité, le caractère participatif du réseau et liberté des modèles économiques.

60. Le 3 août 2015, la Chambre des députés italienne a adopté une déclaration des droits sur internet³⁷ qui traite de questions telles que le droit d'accès à internet, la neutralité du réseau, la protection des

³⁴ <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00396338.2016.1142085> (en anglais uniquement).

³⁵ Les adresses IP ne peuvent pas être retracées avec précision aux utilisateurs individuels. L'exactitude de la traçabilité tend à diminuer en fonction du nombre de houblons provenant du réseau Internet. L'une des raisons est que le nombre d'appareils sur Internet demandant une adresse IP dépasse le nombre d'adresses possibles. Donc, lorsqu'un utilisateur demande à un fournisseur de services Internet (ISP) de le connecter, l'adresse IP n'est louée qu'à l'utilisateur et attribuée de manière aléatoire. De plus, les fournisseurs de services, dans tous les pays, ne tiennent pas des registres de ceux qui ont un bail individuel et, lorsque ces dossiers sont conservés, ils ne sont pas gardés pour toujours.

³⁶ <https://www.publicknowledge.org/assets/uploads/documents/APPROVED-MARCO-CIVIL-MAY-2014.pdf> (en portugais et en anglais uniquement).

³⁷ http://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/commissione_internet/testo_definitivo_inglese.pdf (en italien uniquement).

données personnelles et le droit à l'autodétermination en matière d'information, mais aussi de droits de conception récente tels que le droit à l'identité sur internet [« L'application d'algorithmes et de calculs de probabilité doit être portée à la connaissance des personnes intéressées qui, en toutes circonstances, peuvent s'opposer à la production et à la diffusion de profils les concernant. » (Traduction libre)], la protection de l'anonymat (voir paragraphe 5 ci-dessus) et le « droit à l'oubli » (voir plus bas).

61. Les textes législatifs brésilien et italien sont tous deux des déclarations politiques, qui rappellent de façon générale les droits et libertés consacrés par les lois nationales et les normes européennes ou internationales existantes. Ils répondent à la demande publique de précision concernant les droits et responsabilités sur internet et dans les médias en ligne. Par conséquent, ils peuvent être considérés comme des références dans le cadre de l'interprétation de la législation nationale, ainsi que comme des orientations politiques pour toutes les parties prenantes de la gouvernance d'internet en général.

62. Les initiatives italienne et brésilienne mettent donc en avant l'importance politique de telles normes ; elles devraient servir de référence à d'autres parlements à cet égard. Les recommandations CM/Rec(2016)5 sur la liberté d'internet et CM/Rec(2016)3 sur les droits de l'homme et les entreprises sont les normes les plus récentes adoptées par le Comité des Ministres en matière de médias en ligne.

63. Ces deux déclarations politiques sont pertinentes pour notre rapport sur les médias en ligne et le journalisme dans la mesure où elles rappellent le droit à la protection de la vie privée et des données à caractère personnel, qui est consacré par l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme, la [Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel](#) (STE n°108) et le nouveau Règlement 2016/679 de l'Union européenne relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données. Nous examinerons de façon plus détaillée dans les paragraphes qui suivent le nouveau « droit à l'oubli », qui désigne, en fait, le droit de faire supprimer des liens renvoyant à des informations personnelles dans les moteurs de recherche.

Protection de la vie privée

64. Tandis que l'activité des internautes est transparente pour les fournisseurs de services, les internautes ignorent généralement quelles sont les données collectées par ces derniers à leur sujet. Dans sa résolution 1843 (2011) sur « La protection de la vie privée et des données à caractère personnel sur l'internet et les médias en ligne », l'Assemblée note avec préoccupation que la numérisation des informations a engendré des possibilités sans précédent d'identifier les individus grâce à leurs données. L'Assemblée approuve le principe selon lequel toute personne doit pouvoir contrôler l'utilisation par d'autres de ses données à caractère personnel, notamment l'accès, la collecte, le stockage, la divulgation, la manipulation, l'exploitation ou autre traitement de ces données, à l'exception de la rétention licite ou techniquement nécessaire des données de trafic liées aux TIC et des données de localisation. Le contrôle de l'utilisation des données à caractère personnel doit comprendre le droit de chacun de connaître et de rectifier les données qui le concernent, et de faire supprimer des systèmes et réseaux fondés sur les TIC toutes les données qui ont été fournies sans obligation juridique.

65. L'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme et la Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel (STE n°108) comportent des normes relatives à la protection de la vie privée en ligne qui s'appliquent à tous les Etats membres du Conseil de l'Europe. Au niveau de l'Union européenne, le nouveau règlement général relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données doit instaurer, au minimum, le même niveau de protection de la vie privée.

66. Conformément à ces normes, il peut être fait obligation à des médias en ligne de respecter la vie privée de particuliers, ce qui peut nécessiter la suppression de contenus en ligne portant atteinte aux droits relatifs à la vie privée.

Droit de réponse

67. Les règles qui s'appliquent au journalisme dans le secteur des médias imprimés et de l'audiovisuel ont été définies par la législation, mais aussi par des normes d'autorégulation. Le droit de réponse, par exemple, est reconnu par de nombreux médias traditionnels et codes de déontologie du journalisme.

68. En ce qui concerne les médias traditionnels, le droit de réponse et de rectification est largement reconnu depuis de nombreuses années, y compris au niveau européen, comme en témoigne la Résolution (74) 26 du Comité des Ministres sur le droit de réponse³⁸ et l'article 8 de la Convention européenne sur la télévision transfrontière (STE n°132). Trente ans plus tard, en 2004, le Comité des Ministres a adopté la recommandation CM/Rec (2004)16 sur le droit de réponse dans le nouvel environnement des médias³⁹. Selon la définition donnée par la présente recommandation, le terme « médium » désigne « tout moyen de communication pour la diffusion périodique au public d'informations éditées, en ligne ou hors ligne, telles que les journaux, les périodiques, la radio, la télévision et des services d'information sur le Web ».

69. La recommandation CM/Rec (2004)16 établit que « toute personne physique ou morale, sans considération de nationalité ou de résidence, devrait se voir accorder un droit de réponse ou une mesure équivalente offrant la possibilité de réagir à toute information dans les médias qui présente des faits inexacts à son propos et affecte ses droits personnels ». Afin de sauvegarder l'exercice effectif du droit de réponse, « les médias devraient rendre publics le nom et les coordonnées de la personne à qui les demandes de réponse peuvent être adressées. Dans le même but, le droit ou la pratique devrait déterminer au niveau national dans quelle mesure les médias sont astreints à conserver une copie des informations ou programmes mis à la disposition du public, et ce pendant un laps de temps raisonnable, ou du moins, tant qu'une demande d'insertion d'une réponse peut être formulée ou qu'une affaire est examinée par un tribunal ou une autre instance compétente ». En outre, la réponse devrait être rendue publique à titre gratuit pour l'intéressé et devrait, dans la mesure du possible, bénéficier de la même importance que celle accordée aux informations litigieuses afin d'atteindre le même public et le même impact.

70. Le droit de réponse est facilement applicable dans un média périodique et des programmes périodiques dans les médias de radiodiffusion, où les lecteurs ou les téléspectateurs peuvent être informés dans le prochain numéro ou programme qu'une erreur factuelle s'est produite. La mise en œuvre effective de ce droit fait face à plus de difficultés lorsque les médias en ligne sont concernés, car beaucoup d'entre eux sont moins transparents et les sites Web sont hébergés et mis en cache ou copiés à l'étranger. Toutefois, l'adhésion à ces normes devrait être une exigence pour les médias professionnels en ligne.

71. En revanche, la situation est différente pour les sites internet. Il est possible, sur ces derniers, d'insérer une correction ou d'ajouter une réponse, mais la plupart des sites internet tendent à modifier régulièrement leur contenu. Le droit de réponse nécessiterait donc la publication d'un nouvel article renvoyant à un ancien article susceptible d'avoir été déjà supprimé. S'agissant des applications d'actualités sur les téléphones portables ou autres dispositifs permettant d'accéder à internet, il serait possible d'apporter une correction en publiant une nouvelle brève d'actualité sur le sujet concerné. Quant aux moteurs de recherche, la suppression d'informations ou de données factuelles erronées pourrait constituer une solution plus simple, techniquement parlant, que l'ajout d'une réponse ou d'une correction aux résultats de recherches effectuées ultérieurement. De fait, Google offre à ses utilisateurs la possibilité de supprimer certains contenus conformément à la loi⁴⁰.

72. En tout état de cause, de nombreux médias en ligne permettent naturellement à leurs utilisateurs de publier des commentaires, dans lesquels ceux-ci peuvent corriger des informations erronées et s'exprimer sur des points de vue. Par conséquent, les réponses plus formelles sont en concurrence avec ces commentaires. Les utilisateurs de médias en ligne étant apparemment moins demandeurs de réponses formelles, celles-ci semblent moins fréquentes dans ce milieu.

73. La suppression d'informations inexacts dans les médias en ligne est une mesure radicale qui ne peut être ordonnée que par un tribunal si les informations concernées sont déclarées illégales. Elle peut aussi, lorsqu'il s'agit des contenus publiés par des tiers ou des utilisateurs, être mise en œuvre volontairement par les médias en ligne conformément à leurs politiques éditoriales ou leurs conditions d'utilisation (voir le point 4 et la section consacrée à la suppression des contenus en ligne ci-dessous).

³⁸ <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805048e1>

³⁹ https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805db3b6

⁴⁰ <https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=fr>

Droit de faire supprimer des liens renvoyant à des informations personnelles dans les moteurs de recherche

74. Au sein de l'Union européenne, le « droit à l'oubli » est reconnu en vertu de la directive 95/46/CE sur la protection des données⁴¹. Il garantit aux particuliers la possibilité, sous certaines conditions, de demander aux moteurs de recherche de supprimer des « liens qui renvoient à des informations personnelles les concernant. Le droit à l'oubli s'applique lorsque les informations sont erronées, inadéquates, non pertinentes ou excessives au regard des finalités du traitement des données⁴². » La Cour de justice de l'Union européenne a fait expressément référence à ce droit dans un arrêt rendu en 2014 (*affaire C-131/12 : Google Spain SL, Google Inc. c. Agencia Española de Protección de Datos, Mario Costeja González*)⁴³ ; par la suite, le groupe de travail « article 29 » sur la protection des données a publié des lignes directrices relatives à l'exécution de cet arrêt⁴⁴.

75. Au sein de l'Union européenne, un nouveau règlement général sur la protection des données (Règlement 2016/679 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données) est entré en vigueur le 24 mai 2016 ; il entrera en application le 25 mai 2018 en remplacement de la directive 95/46/CE. Le droit à l'oubli figure à l'article 17 de ce texte⁴⁵.

76. Les algorithmes de recherche sur internet peuvent être réglés de façon à ne pas faire apparaître de liens pointant vers des informations personnelles ni de mots péjoratifs dans les fonctions automatiques de saisie ; toutefois, ce droit à l'oubli ne doit pas être confondu avec le droit de réponse aux contenus en ligne. Ainsi qu'il est indiqué plus haut, le droit de réponse ou de correction s'applique aux contenus en ligne, mais pas aux moteurs de recherche en règle générale. L'ajout d'une réponse au résultat d'une recherche sur internet nécessiterait davantage d'espace que l'habituelle ligne contenant les mots recherchés, ainsi qu'une modification profonde de l'algorithme de recherche.

Suppression de contenus en ligne

77. A l'initiative de son Secrétaire Général, le Conseil de l'Europe a commandé à l'Institut suisse de droit comparé (Genève) une étude sur les cadres législatifs nationaux concernant le filtrage et le blocage de contenus sur internet⁴⁶. Ce document montre que les lois et les pratiques varient d'un Etat à l'autre. Si, d'un côté, il doit être possible de faire supprimer des contenus illégaux en ligne, de l'autre, il y a un risque d'atteinte à la liberté d'information lorsque des autorités publiques exigent le retrait ou le blocage d'autres contenus.

78. Une autre étude sur le sujet avait été conduite en 2011 par le Professeur Yaman Akdeniz pour la représentante de l'OSCE sur la liberté des médias ; celle-ci analysait les exigences légales relatives au blocage et au filtrage de contenus sur internet, et les éventuelles insuffisances à cet égard⁴⁷. En outre, en 2014, le Professeur Douwe Korff a élaboré un document intitulé « La prééminence du droit sur l'internet et dans le monde numérique en général⁴⁸ » pour le Commissaire aux droits de l'homme, dans lequel il examine cette même question dans un contexte plus large.

79. Pour le reste, les entreprises privées qui fournissent des services sur internet sont libres de réglementer ces services et donc d'en définir les règles et conditions d'utilisation en ce qui concerne les contenus en ligne, y compris la suppression de contenus, comme le prévoit Google dans ses conditions d'utilisation⁴⁹. Cependant, les Etats ne peuvent pas simplement déléguer l'application de la loi au secteur privé ou faire pression sur ce dernier pour qu'il supprime les contenus en ligne politiquement indésirables, comme l'a rappelé le Rapporteur spécial des Nations Unies sur la promotion et la protection du droit à la

⁴¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995L0046&from=FR>

⁴² http://ec.europa.eu/justice/data-protection/files/factsheets/factsheet_data_protection_en.pdf (en anglais uniquement)

⁴³ <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2014-05/cp140070fr.pdf>

⁴⁴ http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp225_fr.pdf

⁴⁵ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=FR>

⁴⁶ <http://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/study-filtering-blocking-and-take-down-of-illegal-content-on-the-internet>

⁴⁷ <http://www.osce.org/fom/80723?download=true> (en anglais uniquement)

⁴⁸ [https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?p=&Ref=CommDH/IssuePaper\(2014\)1&Language=lanAll&direct=true](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?p=&Ref=CommDH/IssuePaper(2014)1&Language=lanAll&direct=true)

⁴⁹ <https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=fr>

liberté d'opinion et d'expression en juin 2016⁵⁰. Ceci soulève la question plus générale de la gouvernance d'internet, sur laquelle notre commission élabore actuellement un autre rapport⁵¹.

Autorégulation relative aux contenus

80. La plupart des réseaux sociaux ont établi des règles applicables aux contenus publiés par les utilisateurs. En réponse à la demande du public, Facebook a interdit par exemple les propos haineux, définis comme « du contenu qui cible des personnes en raison de leur race, leur ethnicité, leur origine nationale, leur religion, leur sexe, leur orientation sexuelle, leur infirmité, ou leur état de santé réel ou supposé ». Toutefois, l'entreprise accepte « les contenus qui apparaissent clairement comme de l'humour ou une satire qui pourraient par ailleurs être considérés comme une éventuelle attaque ou menace. Cela comprend les contenus que de nombreuses personnes pourraient qualifier de mauvais goût (par exemple : histoires drôles, monologues comiques, paroles de chansons populaires, etc.) »⁵². L'Assemblée prépare actuellement un rapport sur le thème « Mettre fin à la cyberdiscrimination et aux propos haineux en ligne » (Doc. 13828) qui traite plus particulièrement de ce problème.

81. Le 31 mai 2016, la Commission européenne et plusieurs grandes entreprises d'internet ont adopté un code de conduite visant à lutter contre le discours de haine illégal en ligne⁵³. Il convient de saluer ces efforts et de profiter de cette occasion pour faire adopter des mesures analogues par les autres Etats membres du Conseil de l'Europe, sans préjudice des mesures de précaution nécessaires et des restrictions juridiques applicables à ce type de mesures d'autorégulation privées⁵⁴.

7. Conclusions

82. Tandis que la société mondiale de l'information et de la communication déclenche des opportunités énormes, notamment une plus grande liberté et une participation plus démocratique, l'analyse ci-dessus indique des risques qui ne doivent pas être négligés. Déjà dans sa Résolution 1970 (2014) « Internet et la politique: les effets des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la démocratie », l'Assemblée a recommandé au paragraphe 19 : « d'engager, tant au niveau national qu'au sein du Conseil de l'Europe, une réflexion sur les normes et mécanismes, en phase avec l'évolution des technologies, nécessaires (...) à prévenir les risques de distorsion de l'information et de manipulation de l'opinion publique, et de considérer par exemple :

- l'élaboration d'une réglementation cohérente et/ou l'incitation à une autoréglementation concernant la responsabilité des grands opérateurs d'internet ;
- l'établissement d'une institution indépendante dotée de pouvoirs, compétences techniques et moyens suffisants pour expertiser les algorithmes des moteurs de recherche qui filtrent et conditionnent l'accès aux informations et savoirs sur le web, tout en évitant le risque qu'une telle institution puisse porter atteinte à la nature même de la liberté d'expression ;
- l'élaboration de principes et de normes générales afin d'encadrer les nouvelles pratiques de sondage sémantique ;
- l'élaboration d'une réglementation devant être appliquée par les entreprises qui proposent des systèmes de communication sur internet pour prévenir les abus à l'encontre de la vie privée ou familiale des particuliers dus aux activités des fauteurs de troubles (*trolling*), tout en maintenant un équilibre avec la liberté d'expression ».

83. Je constate que ces propositions demeurent pertinentes. Cherchant à construire sur cette base, j'ai inclus mes propositions détaillées dans l'avant-projet de résolution. Cependant, elles s'articulent globalement autour des quatre axes suivants :

84. (i) le renforcement de la sensibilisation aux lois, règlements et normes d'autorégulations existants, ainsi qu'à de nombreuses Résolutions et Recommandations pertinentes de l'Assemblée⁵⁵ ;

⁵⁰ http://ap.ohchr.org/documents/dpage_e.aspx?si=A/HRC/32/38

⁵¹ Ces questions seront traitées de façon approfondie par mon collègue Andres Herkel dans le futur rapport sur « La coordination pour une bonne gouvernance de l'internet ».

⁵² <https://www.facebook.com/help/135402139904490>

⁵³ http://ec.europa.eu/justice/fundamental-rights/files/hate_speech_code_of_conduct_en.pdf (en anglais uniquement).

⁵⁴ <https://edri.org/guide-code-conduct-hate-speech/> (en anglais uniquement).

⁵⁵ <http://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/parliamentary-assembly-adopted-texts>

85. (ii) le respect, par les journalistes professionnels et médias rédactionnels en ligne, des normes professionnelles qui s'appliquent aux médias hors ligne. Les nouveaux défis posés par les médias en ligne doivent être traités de façon adéquate dans de telles normes d'autorégulation ;

86. (iii) l'élaboration, par les fournisseurs de services internet et les médias en ligne, de normes concernant la gouvernance d'entreprise, la protection des utilisateurs et les politiques éditoriales afin de garantir la fiabilité des médias en ligne ;

87. (iv) l'octroi aux utilisateurs de médias en ligne des moyens nécessaires pour faire supprimer ou corriger toute information fautive ou diffamatoire les concernant.

88. L'information du public et la réflexion critique sont les meilleures garanties contre les contenus médiatiques manipulateurs. Dans la mesure où il permet aux utilisateurs d'accéder à des informations complémentaires et à des points de vue différents, le pluralisme des médias contribue à lutter contre la manipulation des médias. La multitude des médias en ligne existants implique forcément une grande diversité entre eux ; aussi leurs utilisateurs doivent-ils acquérir des compétences en matière de médias pour pouvoir distinguer ceux qui sont fiables de ceux qui ne le sont pas. Le taux de confiance relativement faible dans les médias en ligne par rapport aux médias audiovisuels⁵⁶ semble indiquer que les utilisateurs de ces derniers sont suffisamment « informés » du caractère potentiellement manipulateur des médias en ligne. Cependant, je pense que des efforts supplémentaires devraient être faits dans le domaine de l'éducation aux médias et de la formation des journalistes en ligne.

89. La question de l'éducation aux médias fait partie, depuis longtemps, des priorités de nombreuses organisations internationales, notamment l'UNESCO⁵⁷, l'OCDE⁵⁸, l'OSCE⁵⁹, le Conseil de l'Europe⁶⁰ et l'Union européenne⁶¹, ainsi que de la Plate-forme européenne des instances de régulation⁶², de l'Union européenne de radio-télévision (UER)⁶³ et d'autres acteurs ayant lancé des initiatives publiques-privées dans ce domaine⁶⁴. L'analyse approfondie de ces divers travaux nécessiterait un délai plus long que celui qui nous est imparti et sortirait du champ couvert par le présent rapport ; c'est pourquoi je suggère que l'éducation aux médias pour les utilisateurs de médias en ligne, la formation des journalistes en ligne et l'adoption de normes éthiques à l'intention des « citoyens-journalistes » fassent l'objet d'un futur rapport qui pourrait être proposé par notre commission.

⁵⁶ <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Trust%20in%20Media%202016.pdf> (en anglais uniquement).

⁵⁷ http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF.

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/paris_mil_declaration.pdf (en anglais uniquement) et <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002165/216531f.pdf>

⁵⁸ <http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=EDU/WKP%282009%2920&doclanguage=en> (en anglais uniquement).

⁵⁹ <http://www.osce.org/fom/222046> (en anglais uniquement)

⁶⁰ <https://www.coe.int/fr/web/internet-users-rights/education-and-literacy>

⁶¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009H0625&from=FR>

⁶² http://www.epra.org/news_items/media-literacy-an-increasingly-important-duty-for-regulators-update

⁶³ http://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-Media-Lit_FR.pdf

⁶⁴ <http://www.euromedialiteracy.eu/index.php> (en anglais uniquement)