

**CONSULTATION PUBLIQUE DE LA COMMISSION EUROPÉENNE
SUR LE LIVRE VERT
SE PRÉPARER A UN MONDE AUDIOVISUEL TOTALEMENT CONVERGENT**

**RÉPONSE DE L'ASSOCIATION
ENJEUX E-MÉDIAS, FRANCE**

PAR SOPHIE JEHEL, MCF UNIVERSITÉ PARIS 8/CEMTI

30 août 2013

L'association Enjeux-E-médias est consacrée à l'éducation aux médias et à l'information et sur la qualité des médias notamment pour les jeunes (<http://www.enjeuxemedias.org/>).

La réponse adressée ici est rédigée par Sophie Jehel en tant que sociologue spécialiste de la relation entre jeunes et médias, et des questions de régulation des médias. Sophie Jehel est maître de conférences à l'Université de Paris 8 Saint-Denis, France, chercheur au laboratoire CEMTI (centre d'étude sur les médias, les technologies et l'internationalisation, <http://www2.univ-paris8.fr/cemti/spip.php?article117>). Sophie Jehel est co-responsable du Conseil scientifique de l'association Enjeux e-médias.

La réponse se focalisera sur les questions portant sur la réglementation et les « valeurs » fondamentales.

Observations générales sur les objectifs et les méthodes proposées par le Livre vert

Le livre vert propose de remettre en discussion la réglementation de l'audiovisuel sur l'ensemble des supports sur lesquels les services médias audiovisuels (SMA) sont disponibles.

Il propose pour cela des objectifs et des méthodes. Ces objectifs et ces méthodes ne sont pas nouveaux, ils sont déjà présents dans l'architecture de la directive européenne Services Médias Audiovisuels de 2007 et dans les différents textes relatifs aux médias, notamment la Recommandation sur la protection des mineurs et la dignité humaine¹.

¹ Recommandation du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 2006 sur la protection des mineurs et de la dignité humaine et sur le droit de réponse en liaison avec la compétitivité de l'industrie

Les objectifs proposés sont essentiellement de deux ordres :

- des objectifs économiques : depuis la stratégie de Lisbonne, l'Union européenne cherche dans les TIC une source de croissance économique. Le livre vert rappelle le potentiel économique que recèlent le développement des services médias et le développement des contenus européens ;
- des objectifs de nature déontologique et politique liés à la préservation d'un ordre démocratique libéral et donc à l'exercice des libertés publiques : le pluralisme, la liberté d'expression, la protection des mineurs, le souci des handicapés, notamment.

Ces objectifs sont importants. Mais la prévalence des objectifs économiques est suggérée de façon évidente dans le plan même du Livre. Or le fait de secondariser les « valeurs » qui expriment des objectifs déontologiques et démocratiques diminue les chances de les atteindre. La conciliation de ces deux types d'objectifs ne peut se résoudre simplement par leur juxtaposition.

Les méthodes de régulation proposées sont aussi de deux natures :

- la concurrence et la suppression des « barrières » nationales, en particulier les barrières juridiques, est présentée comme la méthode permettant d'obtenir un marché intérieur homogène et donc plus facile à conquérir pour les entreprises européennes ;
- la primauté de l'autorégulation, comme méthode souple de régulation des médias en tant qu'entreprises.

Ces méthodes peuvent se révéler contradictoires.

L'autorégulation conduit à valoriser des actions ponctuelles, selon les secteurs et les parts de marché des entreprises, sans permettre de faire monter nécessairement le niveau global des exigences sur ce marché.

L'autorégulation qui semble économique en termes de moyens publics conduit à des distorsions de territoires et à l'accroissement des inégalités.

L'autorégulation concerne également les publics eux-mêmes, pour les publics vulnérables (enfants, adolescents) cela représente une surexposition des enfants aux risques reconnus et n'est pas acceptable.

La réponse proposée insistera sur la nécessité de la co-régulation, du contrôle des pouvoirs publics sur les différents enjeux de la régulation, et de la publication des différents rapports dans les langues nationales et sur les sites nationaux officiels en

plus des sites de l'Union européenne².

Consulter le public sur l'avenir de l'audiovisuel devrait permettre de remettre en question la priorité de l'économique sur les enjeux de société et les enjeux démocratiques ainsi que sur l'efficacité et la cohérence d'une régulation sur le web principalement confiée à l'autorégulation.

Financement de la production audiovisuelle (question 4 et 5)

Du fait de la convergence audiovisuelle, le soutien à la production audiovisuelle européenne et le maintien de services médias audiovisuels de qualité nécessite que les obligations de production et de reprise des services d'intérêt général (notamment de service public) soient étendues aux opérateurs de l'internet qui proposent des services audiovisuels, en particulier aux plateformes de téléchargement.

Conséquences sur la réglementation de la convergence audiovisuelle (questions 10 à 19)

Plusieurs changements importants sont intervenus depuis 1997.

L'éclairage de la réponse partira de la situation française.

- L'ampleur de l'accès à internet : l'accès au web est devenu une réalité pour l'ensemble de la population : 80 % des Français sont désormais internautes.
- L'ampleur des connexions entre les supports : 32% de la population utilise un smartphone pour regarder la TV ou écouter la radio (source 2012 Médiamétrie) ; les personnes équipées de smartphones vont plus souvent encore sur internet (79%) (CREDOC 2012) ; 64% des internautes français peuvent utiliser leur téléviseur en mode connecté (CSA/NPA conseil 2012).
- Développement des réseaux sociaux : 52% des jeunes de 11-17 ans se connectent tous les jours sur Facebook (IFOP 2013).
- Mais les plateformes de téléchargement et les plateformes de réseaux sociaux sont principalement proposées par des entreprises nord-américaines. Youtube représente 50% du téléchargement en France.

Comme le souligne le Livre vert, le développement du web ne diminue pas l'attrait de

² Nous pensons notamment aux deux rapports relatifs à « Evaluation of the implementation of the networking principles for the EU ».

la télévision, dont la consommation reste très importante (3h27 en moyenne soit plus que la durée (Internet et ordinateur) qui représente 2h16 –INSEE janvier 2013).

Les univers du web, de la TV, de la TV connectée via le smartphone, les Services médias audiovisuels à la demande (SMAD) accessibles sur l'ensemble des supports deviennent très proches en termes de réception.

Les conséquences que l'on peut tirer de ce développement du web et de la convergence des différents supports, conformément aux objectifs démocratiques de ce texte, sont que la spécificité du régime juridique des SMAD, comme du web n'a plus de raison d'être en matière de droits fondamentaux (en particulier pour les questions qui portent sur les valeurs, et en particulier l'interdiction de l'incitation à la haine, la protection des mineurs mais aussi pour les règles relatives au contenu en matière de publicité). Si 80% de la population se retrouve sur le web, il est temps que soit appliquée à l'internet une réglementation normalisée, à l'instar de ce qui existe, selon la nature des services, hors ligne.

L'intrication des services SMAD et du web, la concurrence entre les deux supports, rend très artificiel la différence de régime juridique entre les deux, notamment entre les SMAD gérés par des opérateurs télévisuels et les plateformes de téléchargement, en particulier pour les contenus professionnels.

Les nouveaux droits des utilisateurs : la dérégulation actuelle des plateformes de téléchargement n'a pas de justification pour les citoyens

La convergence fait émerger plus clairement encore que dans le passé les conflits de normes ou de valeurs entre l'Union européenne et les Etats-Unis d'Amérique, mais aussi entre les Européens (sur les questions de vie privée, de lutte contre l'incitation à la haine et de protection des mineurs).

La question du contrôle public des pratiques qu'il s'agisse des usagers européens, ou des acteurs du web quel que soit leur pays d'origine se pose dès lors qu'ils s'adressent à un public européen.

Le Livre vert (comme la directive SMA) considère que la possibilité de contrôle de l'utilisateur sur les SMAD est plus grande, et qu'elle peut justifier un abaissement de la réglementation des SMAD par rapport au régime juridique des SMA : « les SMAD supposent un degré de contrôle beaucoup plus élevé de la part de l'utilisateur justifiant une réglementation moins stricte dans certains domaines » (Livre vert p 13).

Le régime des plateformes de téléchargement de vidéo, qui ne sont pas reconnues

comme de même nature que des SMAD, est encore moins exigeant, alors même que certaines plateformes revendiquent de faire du « broadcast ».

L'expérience montre que ce présupposé est loin d'être vérifié. La liberté d'user de la télécommande est au moins aussi grande que celle de bloquer une fenêtre sur internet. Il est difficile de comprendre du point de vue de l'utilisateur la différence de régime juridique sur les droits fondamentaux (vie privée, lutte contre l'incitation à la haine, protection des mineurs). Il est encore plus difficile de comprendre en quoi la nature du contrôle de l'utilisateur pourrait le justifier.

La connaissance des pratiques des utilisateurs et des jeunes utilisateurs est de plus en plus précise. Or, comme le remarque la Commission européenne dans sa communication « Stratégie européenne pour un Internet mieux adapté aux enfants » de mai 2012, le niveau de compétence des jeunes reste faible :

« les enfants n'ont pas toujours conscience des conséquences possibles de leurs actions » (p 12), ils ont un « sérieux déficit de compétence » (p6),

Elle observe aussi qu'ils n'ont qu'un faible esprit critique par rapport aux communications commerciales.

La Commission s'inquiète du fait que « l'éducation aux médias est peu mise en pratique ». Elle constate que « 80% des parents souhaiteraient des logiciels de filtrage plus efficaces » (p13) mais qu'ils ne sont « performants qu'en anglais » (p 5).

Par ailleurs, le constat est fait par EU Kids Online, que les enfants sont exposés à de nombreux risques sur internet (40% d'entre eux) et notamment à des contenus adultes qui peuvent les perturber durablement (24% des 9-16 ans pour la France).

Les données de l'Observatoire européen de l'audiovisuel montrent, à titre d'exemple, que l'audience de la vidéo sur le web en Grande Bretagne est réalisée, tous âges confondus, pour 50% par le visionnage de sites pornographiques³.

Il apparaît alors difficile d'en déduire que l'abaissement actuel du niveau de réglementation sur les SMAD (accessibles notamment sur l'ordinateur) et sur les plateformes de téléchargement du web soit pertinent au regard des capacités de contrôle et de choix des utilisateurs, notamment en matière de droits fondamentaux (vie privée, lutte contre l'incitation à la haine, protection des mineurs) et pour le droit des communications commerciales (séparation entre la publicité et le contenu, respect de la vie privée et des données personnelles).

³ Audience calculée en 2010, sur les 25 sites les plus fréquentés.

Ces difficultés du contrôle parental et de la protection des mineurs doivent conduire à davantage de régulation des médias et d'éducation aux médias.

Une éducation aux médias et à l'information critique et indépendante des opérateurs médiatiques et des opérateurs de l'internet doit être renforcée à tous les niveaux nationaux comme européens, mais elle ne remplacera pas la régulation publique.

Le rôle du service public

L'ampleur de la présence des jeunes Européens sur les réseaux sociaux d'origine nord-américaine et sur les plateformes de téléchargement pose des problèmes en termes de protection des données personnelles, d'incitation à la haine mais aussi d'utilisation des enfants internautes dans le marketing viral.

Ces services proposent des espaces d'expression qui sont devenus importants pour les jeunes et qui permettent la réalisation d'une dimension importante des droits de l'enfant, le droit à l'expression. Mais les conditions de réalisation ne sont pas conformes aux autres droits fondamentaux.

La défaillance du secteur privé européen à proposer des plateformes alternatives (notamment des réseaux sociaux), devrait inciter les pouvoirs publics à encourager les services publics audiovisuels à répondre à ce besoin selon les principes du service public (publicité limitée ou absente ; pas de traçage numérique). Il est important de ne pas laisser les enfants dans un univers purement commercial.

C'est important pour leur développement, parce qu'ils ont besoin d'évoluer dans un environnement adapté et éducatif (alors que certaines plateformes sont destinées aux plus de 13 ans) et parce que ces plateformes ne transmettent pas les valeurs qui font partie de la citoyenneté européenne.

Le livre vert pourrait aussi rappeler le rôle démocratique du service public audiovisuel qui fait partie de l'exception culturelle. Les pays européens ont depuis 1945 (au moins) développé des services publics audiovisuels pour répondre à ce type d'enjeu. La réponse sur internet passe aujourd'hui difficilement par une réponse nationale, elle a besoin d'une coordination et d'une incitation au niveau européen.

Liberté d'expression et pluralisme des médias

Le respect de la liberté de presse et du pluralisme des médias, sont des principes structurants de la citoyenneté et de la démocratie participative, consacrés à l'article 11 de la charte des droits fondamentaux. Le *High Level Group on Media Freedom and Pluralism* a publié des propositions très constructives dans son rapport "A free and pluralistic media to sustain democracy" en janvier 2013. Ces propositions pourraient aider à consolider la démocratie, le pluralisme des médias et la qualité de l'information

en renforçant la déontologie des organes de presse par des conseils de presse. Elles concernent aussi bien la presse écrite que les services d'information en ligne, ou audiovisuels.

La reprise des services publics sur les plateformes de SMA dans le cadre du service universel reste cependant un élément essentiel du pluralisme des médias qui doit être maintenu et étendu à l'ensemble des dispositifs de télévision connectée.

Questions 20 à 25 Protection des mineurs

Classification (ratings) des contenus selon l'âge et les risques encourus pour les mineurs

L'une des demandes du public et de la société civile rejoint une proposition de la Commission depuis de nombreuses années, celle de la classification des contenus sur le web (Recommandation européenne sur la protection des mineurs et la dignité humaine de 2006, déjà citée, puis en 2012 dans la communication de la Commission « Stratégie pour un internet plus sûr »).

Sophie Jehel a conduit en 2007 une enquête en France auprès de plus de 1000 préadolescents de 10 à 12 ans, et plus de 800 parents sur les usages des classifications de contenu pour la télévision (sigles 10, 12, 16, 18) et pour les jeux vidéo (PEGI)⁴.

Les parents français apprécient à un très haut niveau (plus de 90%) ces classifications, que ce soit pour la télévision ou pour les jeux vidéo. Ils leur servent de balises dans des univers qu'ils ne maîtrisent pas toujours. Les préadolescents les trouvent aussi très utiles (surtout pour protéger les plus jeunes). Le fait que les parents y prêtent attention, diminue l'exposition de leurs enfants aux contenus violents.

En France, sur les SMAD, lorsqu'il s'agit de services diffusés sous la responsabilité de chaînes de télévision, les classifications sont utilisées et le CSA y veille. Mais sur les autres services (les plateformes de téléchargement), il n'y a pas de classification de contenu (ou pas visible ni cohérente). Or elle est indispensable, et demandée par les parents, même si elle ne constitue pas à elle seule une mesure suffisante de protection des mineurs.

Il serait donc temps de rendre obligatoire une classification des contenus du web accessibles sur les sites visant le public européen, avec des critères explicites, tout en restant simple pour être vraiment utile aux parents et aux adultes en charge d'enfants, comme cela est fait pour les jeux vidéo (classification PEGI).

Quant à l'exposition aux contenus pornographiques ou très violents, qui sont notamment disponibles sur les plateformes de téléchargement, ils devraient être verrouillés et soumis à une obligation de contrôle de l'identité, comme cela est fait

⁴ Sophie Jehel *Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ? Enquête sur leurs pratiques TV, jeux vidéo, Internet, radio*, Toulouse, Erès, 2011.

pour les SMAD diffusés par les chaînes de télévision en France notamment. Comme pour les SMA, les SMAD et les plateformes de téléchargement devraient respecter des horaires de diffusion pour les contenus les plus violents, dont le rôle est essentiel sur les SMA traditionnels pour le respect de la protection des mineurs.

Protection des données personnelles

Les pratiques commerciales sur Internet comme sur la télévision connectée visent largement la récolte des données personnelles. Il est difficilement compréhensible que la réglementation de l'audiovisuel n'y fasse pas référence. Les pratiques commerciales y recourent en permanence sans que les droits des citoyens européens soient respectés. La question des données personnelles et de la géolocalisation, qui fonctionne à partir des téléphones portables notamment, est celle qui inquiète les Français au plus haut niveau sur internet (86%, source Credoc, 2012), avec des niveaux plus élevés encore quand les personnes sont diplômées, jeunes ou de milieux favorisés.

Le droit à l'oubli numérique en particulier pour les jeunes fait partie des droits qu'il faut faire avancer sur l'ensemble des plateformes.

Régulation publique et corégulation : la place des pouvoirs publics et de la société civile sont essentielles

La régulation des médias doit être en dernière instance une régulation publique soumise à des instances administratives indépendantes.

Vu l'ampleur de la tâche et notamment en matière de classification, il peut être choisi comme la France l'a fait pour les contenus télévisuels, que la classification s'effectue dans un premier temps dans le cadre d'une autorégulation, sous le contrôle a posteriori d'une instance administrative indépendante.

Une corégulation est nécessaire, rassemblant les professionnels, les pouvoirs publics et la société civile du monde de l'enfance et de la jeunesse. Il est important que les associations représentant les intérêts du public, à savoir les associations éducatives, les associations familiales, les associations de consommateurs y participent. Il serait souhaitable que les débats soient publics, les règles de fonctionnement claires, le public informé largement des possibilités de plainte, les réponses aux plaintes rendues publiques.

La question des droits doit être posée, notamment par rapport aux enfants en regard de la Convention internationale des droits de l'enfant de 1989. La dimension des stades de développement de l'enfant (absence de compréhension de l'intentionnalité d'un message publicitaire avant 7-8 ans...) est une donnée à intégrer pour assurer le droit des enfants à la protection.

La question du profilage et de l'utilisation des données personnelles, de l'accès à ces

données, de leur effacement est une question essentielle particulièrement pour les publics fragiles. Elle doit notamment conduire à renforcer tous les dispositifs qui permettent aux publics sensibles et aux adultes qui les accompagnent de se soustraire à la collecte de données qui alimente la publicité ciblée.

Le contrôle des outils de filtrage

La mise à disposition d'outils de filtrage efficaces et performants dans toutes les langues de l'UE semble indispensable et justifier une intervention publique au niveau national voire européen. La fiabilité de ces outils nécessite un contrôle public régulier.

Questions 26 et 27

Accessibilité aux handicapés

Il est nécessaire de promouvoir l'accessibilité pour les handicapés comme un droit fondamental et non un obstacle à la compétition commerciale.

Contact Enjeux-e-médias : Christian Gautellier, Président de l'association, christian.gautellier@wanadoo.fr

Contact Sophie Jehel : sophie.jehel@univ-paris8.fr