



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

média

Question écrite n° 93028

Texte de la question

M. Bernard Perrut appelle l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur la nécessité de prévoir des mesures pour limiter, voire supprimer les spectacles de violences présentés régulièrement dans les médias, séquences publicitaires à la télévision et films produits dans les salles ouvertes à tout public. Comment s'étonner de cette prolifération de scènes de violence qui se multiplient sur la voie publique, notamment parmi les jeunes, qui atteignent des niveaux de barbarie dénoncées quotidiennement dans la presse ? Il lui demande quelles manifestations de plus grande sévérité peuvent être prévues contre cette situation.

Texte de la réponse

Aux termes de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, les sociétés nationales de programme et les chaînes privées sont seules responsables de leur programmation dans le cadre des missions qui leur sont imparties par le législateur et sous le contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), instance de régulation indépendante. Cependant, au nom de la liberté éditoriale, le CSA n'a pas de pouvoir direct sur leur programmation mais intervient, nécessairement a posteriori, chaque fois qu'il est nécessaire, pour corriger ou sanctionner certaines dérives. Dès lors, il n'appartient pas au Gouvernement d'intervenir sur cette matière, qui relève du CSA et de la liberté éditoriale des rédactions des services de télévision, qui assurent, dans le respect du principe d'égalité de traitement et des recommandations du CSA, l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information ainsi que l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion. Ainsi, les articles 1er et 15 de la loi ont confié au CSA la mission de veiller à la protection de l'enfance et de l'adolescence et lui imposent de s'assurer que les programmes ne contiennent aucune incitation à la haine ou à la violence. À ces fins, pour la télévision, le CSA a mis en place, en concertation avec les diffuseurs, un dispositif reposant sur une classification des programmes en cinq catégories, assortie d'une signalétique, et, pour certaines de ces catégories, de restrictions horaires. La classification est effectuée par les diffuseurs et sous leur responsabilité, puis fait l'objet d'un contrôle a posteriori par le CSA. En cas de non-respect des catégories dans la détermination de la classification, l'autorité indépendante peut adresser des mises en demeure aux chaînes, procédure qui a été mise en oeuvre à plusieurs reprises. Lorsque ces sociétés ne se conforment pas à ces mises en demeure, l'instance peut également prononcer à leur encontre des sanctions, s'échelonnant de la suspension de l'édition ou de la distribution du ou des services ou d'une partie des programmes, pour une durée d'un mois, jusqu'au retrait de l'autorisation ou la résiliation unilatérale de la convention, en fonction de la gravité du manquement. S'agissant de la diffusion des messages publicitaires à la télévision, celle-ci est régie par le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi du 30 septembre 1986, qui dispose, notamment, que la publicité doit être exempte « de toute scène de violence et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement » et ne doit pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs. La mission de contrôler l'objet, le contenu et les modalités de programmation des messages publicitaires est également confiée au CSA. En cas de diffusion d'un message non conforme aux textes en vigueur, le CSA peut alors intervenir auprès des diffuseurs pour attirer leur attention sur un manquement constaté sur leur antenne et

les mettre en demeure de respecter la réglementation. Si cette mise en demeure n'est pas respectée, il peut engager à leur encontre une procédure de sanction. Cependant, afin d'éviter les difficultés que poserait une campagne jugée non conforme à la réglementation, les annonceurs et les agences de publicité soumettent leur message avant sa diffusion au Bureau de vérification de la publicité (BVP), association interprofessionnelle d'autodiscipline de la publicité en France, qui rend un avis sur la compatibilité de ce projet avec les textes. Cet avis ne lie pas les diffuseurs, qui peuvent passer outre, mais en pratique il est le plus souvent suivi. De manière plus générale, France Télévisions s'est doté d'une « charte de l'antenne » commune aux sociétés du groupe, rassemblant les règles et les principes à respecter à la fois dans les programmes et dans le traitement de l'information car les sociétés de France Télévisions ont vocation à constituer la référence en matière d'éthique. Concernant enfin le cinéma, la composition de la commission de classification des oeuvres cinématographiques, instituée par le code de l'industrie du cinéma et le décret n° 90-174 du 23 février 1990, a été modifiée afin de renforcer la présence des représentants des médecins et des familles.

Données clés

Auteur : [M. Bernard Perrut](#)

Circonscription : Rhône (9^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 93028

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 25 avril 2006, page 4335

Réponse publiée le : 8 août 2006, page 8340