

# Médias sociaux et communication judiciaire : Vers un nouveau paradigme

Charles Moumouni  
Université Laval, Québec

44<sup>e</sup> Conférence annuelle de l'Institut canadien  
d'administration de la justice (ICAJ), sur le thème :  
« **L'impact de l'intelligence artificielle et des  
médias sociaux sur les institutions juridiques** »

Panel 10

Québec, le 18 octobre 2019

# Sommaire

---

1. Contexte : un monde en transformation numérique

2. Les postulats d'un nouveau paradigme de communication judiciaire face aux médias sociaux

1. La nécessité d'une approche stratégique des médias sociaux par le système judiciaire

En guise de **conclusion** : le système judiciaire et les deux faces de Janus



# Enjeux sociaux (Bouée, 2017)

Charles-Edouard Bouée

EN COLLABORATION AVEC  
FRANÇOIS ROCHE

## La chute de l'empire humain

MÉMOIRES D'UN ROBOT



# Enjeux juridiques

---

- **Olivier Iteanu (2016)**, *Quand le digital défie l'Etat de droit*, Paris, Eyrolles.
- **Primavera De Filippi, (2016)**, « Gouvernance algorithmique: Vie privée et autonomie individuelle à l'ère des Big Data », dans Primavera De Filippi et Daniele Bourcier. *Open Data & Big Data : Nouveaux défis pour la vie privée*, Éditions Mare et Martin.
  - Les médias sociaux : un défi pour le système judiciaire

## Médias sociaux et aliénation juridique et judiciaire

Plateformes	Lieu d'établissement	Nombre d'utilisateurs	Loi applicable
Facebook	Irlande	1,59 milliard d'utilisateurs par jour et 2,41 milliards par mois	Loi et tribunaux de la Californie
Youtube	Californie	2 milliards d'utilisateurs par mois	Loi et tribunaux de la Californie
Twitter	Dublin	134 millions d'utilisateurs actifs par jour et 336 millions par mois	Loi et tribunaux de la Californie
Instagram LLC	Californie	1 milliard d'utilisateurs par mois	Loi et tribunaux de la Californie
LinkedIn	Irlande	590 millions de membres, dont 303 millions actifs	Loi et tribunaux de la Californie
WhatsApp Inc.	Californie	1,5 milliard d'utilisateurs	Loi et tribunaux de la Californie
Google Inc.	Californie	6 milliards de requêtes par jour	Loi et tribunaux de la Californie
Skype	Luxembourg	300 millions	Loi du Luxembourg

## 2. Les postulats d'un nouveau paradigme de communication judiciaire face aux médias sociaux

Transformer les menaces des médias sociaux et des plateformes Web en opportunités de relations publiques pour le système judiciaire dans son ensemble, en termes de :

- Proximité judiciaire
- Transparence et redevabilité
- Visibilité et notoriété
- Interactivité et collaboration
- Perception et image
- Réputation
- Sentiment d'appartenance
- Confiance
- Crédibilité et prévisibilité
- Légitimité

➤ **Postulats d'un système judiciaire 2.0**

## 1.1 Les médias sociaux et la proximité judiciaire

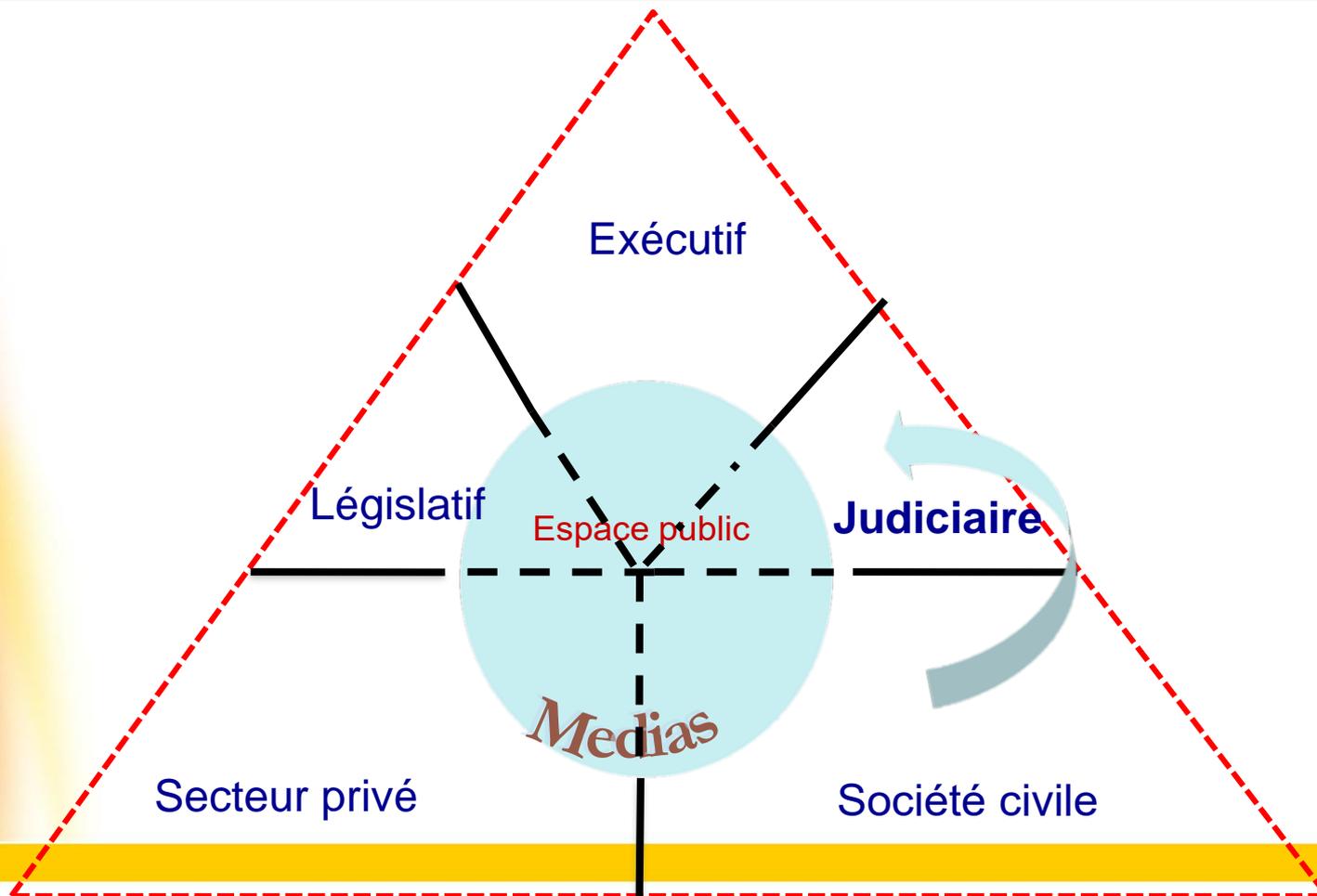
---

- Grâce à la démocratisation de l'information, la proximité judiciaire ne s'entend plus seulement en termes de réduction des frais de justice, de réduction des délais et d'accès plus facile du public aux salles d'audience.
- Elle signifie aussi que la justice a accès facile au public et peut prendre part à la « bataille » pour l'attention du public.
- Avec les médias sociaux, la justice peut proactivement jouer son rôle de recours, mais aussi de repère : le public va vers la justice et la justice va vers le public.

## 1.2 La transparence judiciaire et la redevabilité

- À l'ère des médias sociaux, la « loi du silence » imposée par les « Kilmuir Rules » n'est plus valable : « *So long as a Judge keeps silent, his reputation for wisdom and impartiality remains unassailable: but every utterance which he makes in public, except in the course of the actual performance of his judicial duties, must necessarily bring him within the focus of criticism.* » (Lord Chancellor of England and Wales, 1955)
- Le principe de justice ouverte (*open justice*) requiert dans une certaine mesure l'intervention du juge dans l'espace public.
- La justice, une des trois branches du pouvoir, est redevable envers un public de plus en plus exigeant, dont les attentes sont plus élevées que par le passé.

# Espace public et transparence judiciaire : essai de modélisation de la justice dans la cité



## 1.3 La visibilité et la notoriété

---

- Les médias sociaux favorisent le principe d'apparence de justice: « **non seulement justice doit être rendue, elle doit être manifestement et sans doute vue comme rendue** » (*R. v. Sussex Justices; Ex parte McCarthy* [1924] KB 256, 259 (Lord Hewart CJ)).
- Certes, nul n'est censé ignorer la loi et les décisions de justice. Mais avec les médias sociaux, la loi et les décisions de justice peuvent se faire connaître davantage au public afin de l'aider à accomplir son devoir d'information.

## 1.4 L'interactivité et la collaboration

---

- Avec les médias sociaux, la justice a les moyens d'interagir avec la société pour mieux la connaître et saisir ses réalités et ses tendances.
- La justice a ainsi en main un outil pour rechercher la collaboration du public en termes d'expertise, de témoignage, de corroboration, de solutions innovantes, bref, en terme de **justice participative**.

## 1.5 La perception et l'image

---

- La perception qu'a l'opinion publique de la justice est essentielle. La justice doit être bien perçue par le public et à sa juste valeur.
- La justice doit alors surveiller, préserver et renforcer sa haute image de sérénité, de solennité et décorum.
- Les médias sociaux peuvent porter atteinte à cette image, mais s'ils sont bien utilisés, ils peuvent au contraire contribuer à la rehausser.

## 1.6 La réputation

- La réputation du juge est plus que jamais exposée, comme l'explique Denis Salas dans son article provocateur, « L'avenir incertain du juge » (*Revue Projet*, 2004) :
  - « [...] placée devant l'opinion, l'activité du juge est à découvert. Il s'expose à une critique publique directe et parfois violente. Le regard de l'opinion met à nu les carences de fonctionnement, l'illisibilité des procédures, la fragilité des circuits décisionnels [...] La personne du juge, seule visible dans l'appareil judiciaire, focalise les tempêtes médiatiques. Les malentendus et les critiques font ressortir les carences de son système de communication. Son statut fragile de décideur impartial est fortement entamé. ».
- Mais à travers les médias sociaux, la justice peut, chaque fois que de besoin, préserver ou défendre sa réputation d'indépendance, d'intégrité et d'impartialité, en se positionnant comme la branche du pouvoir aux plus hauts standards.

## 1.7 Le sentiment d'appartenance

---

- Même si elle n'est pas sujette au principe d'acceptabilité sociale, la justice est de plus en plus appelée à renforcer le sentiment qu'elle appartient au peuple, à la société, aux gens.
- Le public demande à s'approprier leur système judiciaire, à en être fier, pour ainsi le défendre quand il est attaqué par des forces internes ou externes.
- Les médias sociaux peuvent être utilisés pour renforcer ce sentiment d'appartenance.

## 1.8 La confiance

---

- La justice doit travailler davantage pour maintenir la confiance du public, condition *sine qua non* de son efficacité.
- Cette confiance se dégage naturellement d'une bonne administration de la justice, mais elle peut être activement recherchée par la mise en évidence et la valorisation des actions judiciaires qui méritent d'être portées à l'attention du public et saluées.
- Les médias sociaux peuvent servir à cette fin.

## 1.9 La crédibilité et la prévisibilité

---

- Les nouvelles technologies donnent un accès mondial aux décisions de justice, qui se discutent dans les médias sociaux.
- Les technologies de l'industrie *LegalTech*, dotées de l'intelligence artificielle, donnent désormais au public des outils pour mesurer la cohérence et la constance des décisions judiciaires.
- Sous réserve des règles de compétence juridictionnelle, le public peut, selon les enjeux, choisir la juridiction et les juges en fonction de leur historique décisionnel (*forum shopping*) et s'attendre à une décision précise, parfaite et prévisible (*predictive justice*).

## 1.10 La légitimité

- Il n'est plus suffisant pour le système judiciaire de fonder sa légitimité uniquement sur une rationalité légale ou sur son exercice traditionnel d'une branche du pouvoir de l'État.
- L'autorité et la légitimité conférées au système judiciaire par la loi et autres normes demeurent déterminantes en démocratie, mais elles doivent aussi être recherchées dans l'ancrage plus grand du système judiciaire dans la société.
- La justification rationnelle de l'obéissance à l'autorité judiciaire doit s'accompagner d'une objectivation de la responsabilité sociale et sociétale du système judiciaire, en tant que dernier rempart de la démocratie.
  - L'ensemble de ces dix postulats, en amont et en aval desquels se trouvent les médias sociaux, concourt au **système judiciaire 2.0** et au renforcement de l'autorité judiciaire.

### 3. La nécessité d'une approche stratégique des médias sociaux par le système judiciaire

---

- Une approche stratégique et systémique des médias sociaux, tant dans leur usage personnel que professionnel par les officiers de justice, est nécessaire pour atteindre les objectifs de relations publiques du système judiciaire.
  
- Deux points d'attention dans cette approche stratégique :
  - Le niveau hiérarchique de planification et d'intervention pour assurer une discipline collective des acteurs du système judiciaire.
  
  - Le choix des modèles de relations publiques

## 4.1 Le niveau de planification et d'intervention

a) **Sur le plan national**, une intervention au plus haut niveau est souhaitable : une action concertée du Conseil canadien de la magistrature (CCM), du Conseil canadien des juges en chef, des Conseils de la magistrature des provinces et territoires...

- En 2015, les résultats d'une étude du Centre canadien de technologie judiciaire (CCTJ) indiquent : « *a general lack of social media policies for judicial officers in Canadian courts and tribunals and a lack of awareness by chief judges/justices of use of social media by members of their courts/tribunals [...] all point to the need for social media policies and education for judicial officers.* »
- Mais depuis mars 2019, le CCM a initié une consultation publique en vue de **moderniser les Principes de déontologie judiciaire, incluant la question des médias sociaux.**

## b) Sur le plan international

---

- **Aux États-Unis**, une intervention par État (NCSC, « Social Media and Judicial Ethics Up-date », September 2019)
  - **California Supreme Court**. Octobre 2018, amendement à l'article 2A du code d'éthique judiciaire : « A judge must exercise caution when engaging in any type of electronic communication [...] The same canons that govern a judge's ability to socialize in person, on paper, or over the telephone apply to electronic communications, including use of the Internet and social networking sites.»

## ■ Dans les pays de la Francophonie

---

Il faut souligner les **principes** du Réseau francophone des conseils de la magistrature judiciaire (RFCMJ), adoptés au Colloque de Bruxelles des 22 et 23 novembre 2018 :

- 1. Les membres de la magistrature peuvent utiliser les réseaux et médias sociaux, composantes de la liberté d'expression de tout citoyen.
- 2. Les conseils de la magistrature adoptent des lignes directrices ou principes déontologiques sur l'utilisation des réseaux ou médias sociaux pour les magistrats relevant de leur juridiction et favorisent leur formation aux médias sociaux.

## 2.2 Le choix du modèle de relations avec le public

---

- Modèle de l'information directe (centré sur le système judiciaire ou sur le public)
  - Modèle de l'interaction conversationnelle
  - Modèle de la collaboration délibérative
- 
- **Mariano Ure**, "Social Media Use in Justice Administration: Disintermediation, Conversation and Collaboration." *Global Media Journal*, February 25, 2019, 17:32 : étude des comptes Facebook, Tweeter et YouTube des systèmes judiciaires de cinq États fédérés des Etats-Unis : Washington D.C., New York, Floride, Michigan et Caroline du Nord (voir tableau).
  - Modélisation inspirée par **James Grunig et Todd Hunt**, *Managing Public Relations*, Holt, Rinehart and Winston, 1984.

# Usages des médias sociaux en fonction du type de relations Justice-Citoyens

Relations Justice-Citoyens	Catégories d'usages spécifiques
<b>Information directe</b>	<b>a) Centrée sur l'institution judiciaire</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informations sur le tribunal en tant qu'institution</li> <li>• Communiqué de presse, envoi de newsletter</li> <li>• Point de vue du juge, entretiens, discours public</li> <li>• Profil du juge, mémoire d'officiers de justice</li> <li>• Honneur, hommage et récompense obtenus par un juge ou un officier</li> <li>• Événement, réunion ou cérémonie publicisé</li> </ul>
	<b>b) Centrée sur l'utilisateur/le public</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explication du fonctionnement du système judiciaire</li> <li>• Mise à jour de la loi ou des procédures, guide des normes</li> <li>• Lancement d'un service ou d'un programme</li> <li>• Horaires du tribunal et informations utiles</li> <li>• Données administratives ouvertes, statistiques, résultats d'enquête</li> <li>• Texte intégral des décisions et des audiences publiques</li> <li>• Formation spécifique sur des questions judiciaires</li> </ul>
<b>Interaction conversationnelle</b>	<b>a) Centrée sur l'utilisateur/le public</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Invitation au public à participer à un événement</li> <li>▪ Prévention du crime, sensibilisation sur les droits et libertés</li> <li>▪ Nouveaux postes à pourvoir, occasions de bénévolat</li> <li>▪ Explication sur l'accès aux services ou aux programmes, formation pratique</li> <li>▪ Ouverture d'un service en réponse aux demandes des utilisateurs</li> </ul>
<b>Collaboration délibérative</b>	<b>a) Centrée sur l'utilisateur/le public</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Appel à contribution du public sur un enjeu</li> <li>▪ Contenu collaboratif généré avec le public</li> </ul>

## En conclusion

Deux images contrastées du juge et du système judiciaire (Salas, 2004), comme les deux faces de Janus :



Le juge d'hier :

*« Nous avons tous une certaine image du juge. Il est austère, vêtu d'une robe noire (ou rouge), et parle un langage abscons. Sa parole est gouvernée par la loi dont il incarne l'expression majestueuse. Volontiers lointain, il préside une audience au public clairsemé et ne se mêle guère aux affaires de la cité. Officiant d'un rituel d'un autre âge, il ne parle jamais à la presse, fuit les caméras et le regard de l'opinion publique. Il habite le monde de la vérité qu'il recherche par son enquête et proclame dans son jugement. »*



Le juge d'aujourd'hui :

*« [...] Le juge aujourd'hui est en contact direct avec la société, ses valeurs, les tensions qui la traversent.*

*[...] Voilà donc le juge placé au coeur de la cité. Davantage en phase avec l'état d'une société, il doit en épouser les inquiétudes sans pouvoir différer sa réponse comme le législateur. »*

L'utilisation stratégique des médias sociaux peut réconcilier ces deux faces du juge et du système judiciaire.

---

*Je vous remercie de votre attention.*