



ENQUÊTE ET COMMUNICATION JUDICIAIRES A L'ÈRE DES MÉDIAS SOCIAUX

Par le chef d'escadron Jean Bouldoires,
officier de la 25^e promotion de l'École de guerre.

Certains éléments de cet article sont issus du mémoire de Master 2 soutenu par l'auteur au CNAM au mois de juin 2018.

L'univers de la police judiciaire se tient relativement à l'écart du bruissement médiatique. Principalement par obligation, au regard des prescriptions normatives du code de procédure pénale. Mais également, par prudence et dans le souci de l'efficacité, les actes d'investigation s'effectuent dans le secret des unités ou sur le terrain, au gré des auditions, des écoutes téléphoniques, des filatures et de tout autre acte écrit qui, pour être productif, doit rester discret.

Pourtant, à l'ère du « Web 2.0 » et de la communication par tous moyens, il paraît difficile de rester en dehors de la bulle médiatique. Aucun chef opérationnel ne peut aujourd'hui diligenter une enquête sensible sans inclure la gestion des médias dans sa manœuvre, d'autant que l'attrait du public pour le faits-divers va croissant. Cette frénésie populaire pour le récit criminel ne cesse de se nourrir des turpitudes du genre humain, diffusée jusqu'alors dans la presse, dans les médias traditionnels et, aujourd'hui, sur les réseaux sociaux.

L'ère numérique révolutionne la collecte et la diffusion d'informations et esquisse une nouvelle donne journalistique pour une profession en crise. Instantanéité et viralité caractérisent les nouveaux codes de la communication numérique. Un tweet ou un article sur Facebook demeurent éphémères car l'internaute est un consommateur furtif qui cherche une information rapide et immédiate dont l'une chasse l'autre à grande vitesse. Les contenus de la « e-information » se diffusent sans filtre, auprès d'un public large et de façon exponentielle, photo ou vidéos à l'appui.

Pour s'adapter au mieux aux évolutions contemporaines constatées de cette « médiasphère 2.0 », trois pistes de réflexion peuvent être esquissées.

Premièrement, l'article 11 du code de procédure pénale pourrait évoluer dans le sens d'une plus grande ouverture. Par exception au principe du secret de l'enquête, le procureur de la République se voit confier le monopole de la communication judiciaire. Dans une société de l'information, ne confier la parole qu'à une seule autorité ne répond pas entièrement aux besoins des journalistes alors même que cette règle est fréquemment contournée par des

acteurs divers et pour des motifs multiples. A ce titre, pourquoi ne pas imaginer, à l'instar de nos voisins anglo-saxon, la possibilité qu'un officier puisse être autorisé à tenir, seul, une conférence de presse sur l'enquête que ses services diligentent. La possibilité d'ouvrir ces « fenêtres de publicité » à des acteurs de la police judiciaire de premier plan, ne paraît pas incompatible avec la présomption d'innocence, à condition de veiller scrupuleusement à ne pas divulguer d'informations sensibles et à agir de concert avec les représentants de l'ordre judiciaire.

Deuxièmement, les communicants institutionnels, dans les conditions décrites supra, peuvent être tentés de dévoiler en profondeur les techniques ou les modes d'action utilisés. Cette recherche de vulgarisation des sciences forensiques ou des technologies exploitées doit comporter certains garde-fous pour ne pas risquer de se dévoiler dangereusement. Car la communication est également une source d'informations non négligeable pour les malfaiteurs qui peuvent l'utiliser, soit pour inspirer leurs forfaits, soit pour organiser leur défense, une fois interpellés et mis hors d'état de nuire.

Troisièmement, du côté des journalistes, il paraît essentiel que s'instaure une confiance réelle et absolue entre l'enquêteur et le représentant des médias. A l'instar de ce qui se fait dans les armées, où les organes de presse qui couvrent les opérations extérieures sont accrédités, pourquoi ne pas délivrer des habilitations aux professionnels de l'information chargés de la police judiciaire ? Parfaitement intégrée aux rouages médiatiques et judiciaires, cette connaissance réciproque serait de nature à favoriser la fiabilité des informations divulguées, tout en se prémunissant de fuites préjudiciables aux dossiers en cours. Plus concrètement, il pourrait être envisageable de s'appuyer, au plan national comme au niveau local, sur un pool de trois ou quatre journalistes par organe de presse pour pouvoir travailler en toute confiance.

Enfin, en dehors de ces considérations, il reste deux piliers structurants, absolus et indispensables pour consolider l'édifice d'une communication institutionnelle : l'éthique professionnelle et la responsabilité individuelle de chaque acteur, pour que les informations délivrées au public appuient l'idéal de justice et de vérité, au service de l'ensemble de nos concitoyens.