



**Master Droit et Ethique des Affaires**

*La réputation : un enjeu judiciaire ou de communication ?*

*29/11/2017*

---

## *La réputation : un enjeu judiciaire ou de communication ? (29/11/17)*

Intervenant : **Christophe Reille** (Ancien journaliste et consultant chez Footprint, cabinet de communication stratégique)

La Loi ne devient-elle pas un instrument de communication politique ? En effet, les lois qui peuvent se vendre, s'entendre, façonner la carrière d'un homme politique sont de plus en plus fréquentes (loi mémorielle, à tiroir, ...).

On peut désormais affirmer que la loi possède deux dimensions : l'une normative et l'autre de communication juridique.

Par exemple, regardons la déclaration de Me Dupont-Moretti suite à la condamnation de son client Abdelkader Merah dans laquelle il déclarait que celui-ci avait été condamné à l'avance car il constituait le coupable idéal.

Si l'on veut comprendre et expliquer cette réaction, il faut d'abord revenir sur ce qu'est la réputation.

Selon, Christophe Reille elle a toujours précédé le jugement. À une certaine époque la réputation était même la pierre angulaire de la justice alors que de nos jours elle ne possède plus ce rôle probatoire mais interfère dans le processus judiciaire.

Dès lors, on peut se demander pourquoi les communicants auraient-ils un rôle à jouer dans les affaires de justice ?

Deux constats s'imposent :

- les faits divers intéressent le public, dès lors, les journalistes sont naturellement impliqués et ont pour fonction de raconter les événements différemment des acteurs judiciaires ;

- la justice n'est pas totalement insensible à l'impact qu'elle laisse sur le public (publicité du jugement)

Il existe trois types de journalistes qui s'intéressent au fait judiciaire :

- les investigateurs spécialisés tels qu'on peut les trouver dans le Canard Enchaîné, le Monde, Médiapart, ... ;

- les reporters qui interviennent après que les précédents aient terminé leur mission. L'affaire révélée est alors placée sous l'oeil du public et devient judiciaire suite à la mise en œuvre de l'action publique

## *La réputation : un enjeu judiciaire ou de communication ? (29/11/17)*

Le reporter explique alors les différentes phases de la procédure pénale (information judiciaire, ...)

- les chroniqueurs interviennent au moment du procès. Ce sont, toutes choses étant égales par ailleurs, des écrivains qui ont la capacité à restituer l'ambiance d'un tel événement ;

Enfin, il ne faut pas négliger l'influence du cinéma et de la télévision car ils constituent le principal vecteur d'instruction judiciaire de la population. Le seul problème étant que la majorité de ses productions sont anglo-saxonnes et le public français est ainsi moins informé sur le fonctionnement de propre système juridique.

La réputation est la matière première de la formation d'un jugement par le public. Elle n'a d'ailleurs de sens que s'il y a une opinion publique à convaincre. Fort de ce constat, on peut affirmer qu'elle possède une existence propre qui va naturellement intéresser le communicant.

La naissance de l'opinion publique se situerait au tournant du 17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> siècles et serait apparue au Royaume-Uni pays où la liberté d'expression a connu ses premiers développements.

En France, elle jouera plutôt un rôle dans l'opposition à l'absolutisme du roi.

Nicolas Boileau dira d'elle que : « *quelque décrié soit le public, il n'y a pas de juge plus incorruptible et tôt ou tard il rend justice.* »

Christophe Reille pense cependant que l'opinion publique a toujours existé dans la pensée occidentale.

Les grecs et latins utilisaient un vocable précis pour retracer son évolution :

1. *doxa* qui est la conjugaison de deux verbes « paraître » et « accepter » : j'accepte ce que je vois (ex. Mythe de la caverne de Platon) ;
2. *opinio* signifie être d'accord avec une décision prise collectivement en assemblée (ex. décision judiciaire). Elle est plus rationnelle que la *doxa* qui repose sur l'émotionnel ;
3. *fama* qui renvoie à la rumeur, au bruit qui court et dont on ne connaît pas l'origine. Elle va avoir un rôle moteur dans la formation de l'opinion publique et une force probante à mesure qu'elle se répand.

## *La réputation : un enjeu judiciaire ou de communication ? (29/11/17)*

Les communicants s'intéressent notamment à la manière dont elle se propage entre les individus. Elle n'est jamais neutre et apporte gloire ou infamie à celui qu'elle vise.

Virgile disait d'elle que c'était une divinité monstrueuse qui s'empare du vrai et du faux et le dispense sans distinction dans l'oreille des peuples compatissants.

Au milieu du Moyen-Age, la réputation ne possédait de valeur probatoire jusqu'à ce que l'Eglise se serve de cet outil pour contrer les hérésies qui émaillaient l'Europe.

L'institution constate que les hérétiques ne peuvent être punis par la justice du Roi car sa mise en œuvre suppose l'existence d'un préjudice afin de pouvoir le réparer et ne prend pas en compte la réputation.

L'Eglise doit alors mettre en place un système dans lequel la réputation de l'individu peut servir à initier l'action publique. Ce vœu pieux sera exaucé par le Pape Innocent III qui créera le système inquisitoire marqué par le secret de l'instruction, la force probatoire de l'aveu, ...

Une fois la réputation remise au cœur de l'action judiciaire se pose un nouveau problème : qui délivre « le brevet » de bonne réputation ?

Ce pouvoir est alors partagé entre l'Eglise et le Roi : la première pardonne les péchés et le second puni (ex. lèse-majesté).

Pourquoi pas le peuple ? Cela a été tenté en Italie où les nobles ont été exclus de la gestion du pouvoir politique en raison de leur inclination à se battre entre eux.

Paradoxalement, cette éviction leur a fait prendre conscience que leur réputation, et les privilèges afférents, était liée à leur naissance. Cette idée va se poursuivre jusqu'à la Révolution de 1789 qui l'abolira pour mettre en place un système fondé sur le mérite.

Il précise que les règles de communication sont aussi contraignantes que celles du droit. Il existerait d'un côté une procédure pénale et de l'autre une procédure médiatique.

Les journalistes interviennent certes à des moments différents d'une affaire mais agissent cependant selon un même système.

## *La réputation : un enjeu judiciaire ou de communication ? (29/11/17)*

Cela peut s'expliquer à travers les réponses de ces deux questions : comment les journalistes sélectionnent-ils leur information ? Pourquoi parlent-ils d'une affaire plutôt que d'une autre ?

Des études françaises ont démontré que pendant l'année 1980, il y avait déjà 22 fois plus de crimes violents et 14 fois plus de crimes sexuels sur une semaine de télévision que ce que la police déclarait sur la même période. On peut en conclure qu'il y a toujours eu une attirance naturelle pour les faits divers violents de la part de l'opinion publique.

Toujours dans la même idée, des études américaines ont découvert que les journalistes locaux représentaient plus souvent les personnes blanches comme des victimes et les afro-américains et hispaniques comme des criminels.

Ces études expliquent bien que le journaliste est prisonnier de son contrat de lectorat. Il est obligé d'écrire comme son public s'attend à ce qu'il écrive et ne pas prendre le risque de trop les surprendre afin de le conserver.

Il y a deux manières de représenter un accusé lors d'une affaire :

Soit l'on se concentre sur la personnalité de l'accusé, soit l'on s'intéresse aux circonstances du crime. Les journalistes vont avoir tendance à exagérer la personnalité de la personne au détriment de la manière dont le crime a été commis (les sociologues appellent ce phénomène « l'erreur fondamentale d'attribution »).

C'est la différence saillante entre la justice qui va s'astreindre à récolter les éléments matériels alors que le journaliste va se contenter de raconter une histoire centrée sur la personnalité de l'accusé et délaisser le reste.

En ce sens, il y aura une tendance à noircir sa personnalité si celui-ci fait partie d'un « exo-groupe ». Par exemple, Dominique Strauss-Kahn était dépeint par les médias américains comme un français pervers pour montrer qu'il était très différent de l'audimat local.

Pour conclure, les médias ont un effet sur un jugement de culpabilité pour une raison neurobiologique :

*La réputation : un enjeu judiciaire ou de communication ? (29/11/17)*

En effet, la communication pendant une enquête n'a pas pour but de fournir des éléments d'informations isolés au public mais de créer un cadre de croyance sur la culpabilité ou l'innocence du mis en cause. Raconter une histoire permet à l'opinion publique de mieux la retenir que l'énonciation de faits isolés.

La technique du communicant est alors de créer et vendre une histoire, là où l'institution judiciaire doit rassembler des éléments de fait.