GRC
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA

GAZETTE

AU SERVICE DE LA COMMUNAUTÉ POLICIÈRE DEPUIS 1938

DÉBAT DE SPÉCIALISTES
QUELLE EST LA RELATION
IDÉALE ENTRE LA POLICE ET LES MÉDIAS? P.12

VOL.73, Nº 3, 2011

SOUS L'OEIL DE LA CAMÉRA

LA POLICE ET LES MÉDIAS MODERNES

NOUVELLE TECHNOLOGIE
LA SÉISMOLOGIE AU SERVICE DE LA PRÉVENTION DU CRIME P.29

GUÉRIR PLUTÔT QUE PUNIR
LA DISCIPLINE AXÉE SUR LA SENSIBILISATION P.30

DU GRAND ÉCRAN À LA TÉLÉRÉALITÉ
LE NOUVEAU VISAGE DE LA GRC P.7

SE RAPPROCHER DES COMMUNAUTÉS
LA POLICE DE TORONTO ÉLABORE UNE STRATÉGIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX P.22

RCMP-GRC.GC.CA

Gendarmerie royale du Canada | Royal Canadian Mounted Police

Canada

COLLÈGE CANADIEN DE POLICE
CANADIAN POLICE COLLEGE

35 ANS D'EXCELLENCE

EN FORMATION POLICIÈRE DE POINTE
POUR TOUS LES SERVICES DE POLICE

INSCRIVEZ-VOUS AUJOURD'HUI!

➤➤➤ WWW.CPC-CCP.GC.CA

LA BIBLIOTHÈQUE DU CCP... VOTRE CONNEXION AU SAVOIR POLICIER

WWW.CPC-CCP.GC.CA/LIBRARY-BIBLIO

GAZETTE
Au service de la communauté policière depuis 1938
Vol. 73, Nº 3, 2011
Une publication de la Gendarmerie royale du Canada

DOSSIER

7 Du grand écran à la téléréalité — le nouveau visage de la GRC
10 La GRC adopte une approche proactive des relations avec les médias
12 Débat d'experts : Quelle est la relation idéale entre la police et les journalistes?
14 Exploration des données d'Internet et du Web profond
16 Les médias sociaux : moteurs des émeutes de Londres et de Vancouver
18 Twitter et Facebook révolutionnent l'interaction de la police américaine avec les médias et le public
20 Influence de l'écart entre les générations sur les politiques en matière de médias sociaux
22 Stratégie du Service de police de Toronto pour se rapprocher de la population
24 Entrevue avec Jim Bremner, conseiller technique à l'émission *Flashpoint*
26 L'influence de l'effet CSI sur les jurés, vue par un site Web
27 Une campagne-choc apprend aux Albertains à s'attacher

RUBRIQUES

4 Éditorial
5 Actualités
28 Saviez-vous que... Les euphories légales
29 Dernières tendances : Application des principes de prédiction des tremblements de terre aux données sur la criminalité
30 Pratique exemplaire : La discipline axée sur la sensibilisation comme solution de rechange aux suspensions
32 À l'avant-scène
34 Nos partenaires à l'œuvre : Remise en question des pratiques et de la formation canadiennes en matière d'entrevue

REPENSER LES MÉDIAS

La relation entre la police et les médias a traditionnellement été symbiotique. Les journalistes ont besoin de la police pour obtenir tous les faits dignes d'intérêt à imprimer, à diffuser – voire aujourd'hui à téléverser et à afficher – et la police a besoin de la presse pour diffuser des messages essentiels sur la prévention criminelle et la sécurité publique.

Mais est-ce bien le cas? Comme on le verra dans certains des articles de notre dossier, la police privilégie les nouveaux médias et les sites de réseautage social, au détriment de la presse pour communiquer directement avec la population qu'elle sert.

Cette évolution n'est pas sans poser des difficultés, surtout pour les services dépourvus de politiques régissant l'utilisation des médias sociaux.

Comme le souligne le service de police de Toronto, il faut avant tout se doter d'une stratégie efficace.

Comme vous le verrez, si ces sites offrent aux enquêteurs une manne de données personnelles sans qu'ils aient besoin de compétences spécialisées pour y accéder, ils offrent à d'autres les moyens d'organiser des activités criminelles, comme en témoignent la série de vols éclairs perpétrés lors des récentes émeutes à Londres.

À la lumière des phénomènes relativement nouveaux de Facebook, Twitter et autres, qui influent sur la façon dont de nombreux services de police enquêtent, opèrent et interagissent avec la presse et le public, nous avons étendu notre définition des médias au-delà du journalisme traditionnel pour englober les médias sociaux.

Pour nous, les médias modernes comprennent aussi le domaine des arts et du divertissement car, si les actualités influent sur l'opinion publique, la culture populaire peut façonner l'image de la profession et créer des attentes irréalistes à l'endroit de la police.

Notre chroniqueur, Sigrid Forberg, se penche sur l'histoire de la GRC telle que popularisée à la radio, dans les films et à la télévision, et explique comment Hollywood a défini le cliché du gendarme courtois – héros victorieux ou infortuné – perpétuellement revêtu de la tunique rouge.

Nous abordons également l'effet de téléséries comme *CSI* sur les jurys et la démarche d'un nouveau site web qui vise à informer la communauté de la justice pénale américaine de la nécessité de distinguer entre divertissement et réalité, afin de sensibiliser les jurés.

Par ailleurs, dans une entrevue avec un conseiller technique de la télésérie *Flashpoint*, nous examinons l'initiative de certains agents de l'industrie du divertissement qui s'efforcent de faire preuve de plus de réalisme en s'inspirant d'expériences réelles de la police.

Cela dit, nous ne négligeons pas pour autant le rôle traditionnel du journalisme. Nous faisons état des initiatives de la GRC pour maintenir son contact avec les médias, tandis que les intervenants de notre table ronde se penchent sur la relation idéale entre la police et la presse.

Par ailleurs, nous examinons le modèle de discipline axée sur l'éducation du bureau du shérif du comté de Los Angeles, qui vise à corriger le comportement qui a mené aux suspensions au sein de la police.

De plus, nous revenons sur les entrevues d'enquête. Cette fois-ci, nous présentons le point de vue de l'agent Mike Stinson du Service de police du Grand Sudbury, qui remet en question les pratiques et la formation canadienne, et préconise l'initiative britannique comme modèle à suivre.

Enfin, nous abordons une technique révolutionnaire élaborée par le Service de police de Santa Cruz, qui applique les principes de prédiction des tremblements de terre à la prévention du crime.

Cela dit, le crime n'est pas toujours prévisible. C'est pourquoi collaborer avec les médias – traditionnels et nouveaux – et utiliser à bon escient le réseautage social pour communiquer de manière opportune et fidèle est déterminant pour prévenir le crime. ■

— Richard Vieira

GAZETTE

ÉDITRICE : Nancy Sample

RÉDACTEUR EN CHEF : Richard Vieira

JOURNALISTES : Sigrid Forberg, Caroline Ross

COLLABORATRICE À LA RÈDACTION : Mallory Procunier

GRAPHISME : Alexandre Guilbeault

ADMINISTRATION ET DIFFUSION : Sandra Levett

TRADUCTION : Services de traduction de la Direction générale, GRC

IMPRIMERIE : Performance Printing

COMITÉ ÉDITORIAL DE LA GAZETTE : S.é.-m Lori Lynn Colbourne, Insp. Craig Duffin, Sam Jaroudi, Roberta Sinclair, Ph.D., Brian Yamashita, Ph.D.

La *Gazette* (ISSN 1196-6513) est publiée en versions française et anglaise par la Direction des services de communication nationaux de la Gendarmerie royale du Canada, à Ottawa. La conception de la page couverture ainsi que les articles sont protégés par les droits d'auteur et aucune partie de cette revue ne peut être reproduite sans consentement écrit. Poste-publication, numéro de convention 40064068. La *Gazette* paraît quatre (4) fois par année et est distribuée gratuitement mais en nombre restreint aux services de police et aux organismes d'exécution de la loi. On conseille fortement de la faire circuler. On ne peut pas s'y abonner à titre personnel.

On vous prie de faire parvenir vos lettres, articles et commentaires au rédacteur en chef de la *Gazette*. La rédaction se réserve le droit de faire la révision. © 2011 GRC.

POUR COMMUNIQUER AVEC NOUS :

La rédacteur en chef : la *Gazette* de la GRC,
73, promenade Leikin,
M-8-1, pièce 801
Ottawa (Ontario) K1A 0R2
CANADA

Téléphone : 613-843-4570
Courriel : gazette@grc-rcmp.gc.ca
Internet : www.rcmp-grc.gc.ca/gazette

RESTEZ AU COURANT AVEC LA GRC

Visitez notre site Internet : **www.rcmp-grc.gc.ca**

Suivez-nous sur Facebook : **www.facebook.com/grcrcmp**

Suivez-nous sur Twitter: **Twitter.com/grcrcmppolice**

Visualisez nos vidéos sur YouYube : **www.youtube.com/rcmpgrcpolice**

Abonnez-vous aux mises à jour RSS : **www.rcmp-grc.gc.ca/rss/index-fra.htm**

UN NOUVEAU SYSTÈME D'ALERTE POUR LES AÎNÉS ÉGARÉS

Des études ont révélé que six aînés sur dix atteints d'une déficience cognitive s'égarent au moins une fois au cours de leur maladie. La province de l'Ontario prend actuellement des mesures pour s'assurer qu'ils sont retrouvés sains et saufs et ramenés chez eux rapidement.

Première initiative provinciale du genre au Canada, le Programme d'avis de recherche Silver, inspiré du programme d'alerte AMBER visant à retrouver des enfants victimes d'enlèvement, est présentement mis sur pied en partenariat avec divers organismes de santé et d'aînés, des services de police et l'Ontario Association of Broadcasters.

Sophia Aggelonitis, ministre déléguée aux Affaires des personnes âgées, a présenté le programme par voie de résolution en 2009. L'idée a depuis évolué pour devenir un programme dont le lancement est prévu pour le début de 2012.

Mme Aggelonitis, dont la grand-mère était atteinte de la maladie d'Alzheimer, affirme que ce programme apportera aux familles le soutien dont elles ont besoin.

« Il n'y a rien de pire que de se rendre compte qu'un être cher souffrant de la maladie d'Alzheimer ou d'une autre forme de démence s'est éloigné de son domicile et s'est égaré, estime Mme Aggelonitis. Ce programme aidera non seulement à retrouver la personne, mais aussi à rassurer la famille du fait que toute la communauté participe aux recherches. »

Le serg. Steve Montpetit de la Police provinciale de l'Ontario, coordonnateur du programme d'alerte AMBER en Ontario, prend part aux consultations sur le programme Silver et à sa planification avec le gouvernement. Il croit que lorsqu'une personne atteinte de démence ou d'un trouble cognitif s'est égarée une fois, les risques que cela se reproduise augmentent grandement.

Cela dit, le serg. Montpetit soutient qu'un aîné n'est pas susceptible de s'éloigner à plus de 2,4 km de son domicile; la sensibilisation des membres de la famille des personnes âgées et des résidents de la communauté est donc l'un des aspects les plus importants du programme.

En étant mieux renseignés, les membres de la famille pourront prendre des mesures préventives et les voisins demeureront aux aguets. Ainsi, ce genre de situation pourra être résolue rapidement, efficacement et parfois même sans l'aide des policiers.

« Notre rôle est d'intervenir et d'aider, ajoute le serg. Montpetit. Mais si nous pouvons réduire la nécessité de recourir aux policiers, nous ferons d'énormes économies et pourrons réaffecter les effectifs selon les besoins. » ■

— Sigrid Forberg

LE SIGNALEMENT DE CRIMES EN LIGNE

Le Service de police régional d'Halifax (HRP) est l'un des nombreux services de police canadiens à lancer un système de signalement en ligne pour les victimes de crimes mineurs.

Le Système de signalement en ligne d'Halifax permet aux résidents et aux commerçants de porter en tout temps à l'attention de la police des crimes qui ne requièrent pas d'intervention immédiate, notamment les vols, les méfaits, les dommages matériels et la fraude, à l'aide de formulaires sur un site Web sécurisé. Un numéro de dossier est envoyé à la personne ayant fait le signalement, puis un policier communique avec elle au besoin.

« De nos jours, les gens sont très versés en informatique, affirme le surint. Bill Moore du HRP. Ce système leur donne un autre moyen de nous transmettre l'information au moment qui leur convient, sans avoir à faire la queue pour parler à un policier. »

Conçu à l'interne, le système du HRP a enregistré 3 501 visites et 494 signalements en juin et en juillet 2011, ses deux premiers mois d'exploitation. Comme les signalements en ligne sont traités par des employés normalement affectés au téléphone, le service de police est plus efficace, selon le surint. Moore.

Plus d'une dizaine de services de police canadiens exploitent des systèmes semblables, et la majorité d'entre eux se servent d'un produit en vente libre développé par l'entreprise californienne Coplogic Inc.

Le Service de police régional de Lethbridge (LRPS) utilise le logiciel de Coplogic depuis décembre 2009. « Le système est pratique et facile à utiliser, ce qui incite les gens à signaler des crimes mineurs qui ne seraient autrement pas portés à notre attention, explique l'insp. Jeff Cove du LRPS. Les policiers peuvent donc mieux évaluer les situations criminelles locales et intervenir plus efficacement.

« Les méfaits touchant des véhicules sont l'exemple parfait, soutient-il. Tous les cas de pare-brise fracassé et d'égratignure signalés en ligne sont intégrés aux rapports mensuels distribués aux patrouilles. »

Dans la région du Grand Toronto, le Service de police régional de York (SPRY) offre aux résidents la possibilité de faire des signalements en anglais, en chinois, en persan, en italien et en russe pour mieux servir les diverses communautés culturelles, souligne Leslie Nguyen du YRP.

Cependant, au-delà de l'énorme potentiel des systèmes de signalement en ligne, leur efficacité repose sur la participation de la communauté. « Actuellement, moins de 1 000 crimes sont signalés en ligne chaque année sur environ 50 000 dossiers au total, indique l'insp. Cove de Lethbridge. Il nous faut maintenant sensibiliser la population. » ■

— Caroline Ross

Gracieuseté du Ministère de la Sécurité publique Canada

Le Commissaire Bob Paulson s'adresse aux médias accompagné du Ministre de la Sécurité publique Vic Toews et de la députée Shelly Glover.

NOUVEAU COMMISSAIRE DE LA GRC

Bob Paulson est le nouveau commissaire de la GRC et succède au commissaire William J.S. Elliott.

M. Paulson compte 25 ans de services distingués à la GRC. C'est progressivement qu'il a gravi les échelons supérieurs de la GRC, son poste le plus récent ayant été celui de sous-commissaire à la Police fédérale. Auparavant, il était commissaire adjoint des Services de police contractuels et autochtones et commissaire adjoint aux Enquêtes criminelles relatives à la sécurité nationale.

Ne manquez pas notre entrevue exclusive avec le nouveau commissaire dans le prochain numéro de la Gazette.

ARRESTATION DE FUGITIFS EN ALBERTA

Southern Alberta Integrated Fugitive Apprehension Unit

Arrestation de Stephen McKay, accusé de meurtre, par des membres du Southern Alberta Integrated Fugitive Apprehension Unit à Calgary.

Selon les statistiques du gouvernement, environ 8 000 mandats pour infractions graves sont toujours en vigueur en Alberta. Maintenant, un groupe de police intégré s'attaque à ces délinquants.

Le Southern Alberta Integrated Fugitive Apprehension Unit, composé de dix membres du Fugitive Apprehension Detail de la police de Calgary, de l'Alberta Fugitive Apprehension Sheriffs Support Team et de l'Agence des services frontaliers du Canada, a arrêté plus de 200 auteurs de crimes graves et exécuté plus de 1 000 mandats connexes depuis sa création à Calgary en janvier 2010.

Ce groupe se spécialise dans la localisation et l'appréhension des délinquants dangereux en fuite dans le sud de l'Alberta et qui esquivent les ressources d'enquête générale des autres organismes.

« Ces criminels sont maîtres dans l'art d'échapper à la Police. Ce sont des professionnels », de dire le serg. Tony Manning de la Police de Calgary, qui dirige le groupe. « Beaucoup d'entre eux font l'objet de nombreux mandats délivrés depuis longtemps, voire huit ou neuf ans. La police qui patrouille les rues n'a généralement pas le temps ni les ressources pour les trouver. »

Le groupe peut suivre jusqu'à 30 cibles à la fois. La plupart des dossiers viennent de la Police de Calgary, mais près de 40 % sont transmis par d'autres organismes, canadiens et étrangers.

« Il a pincé des fugitifs recherchés pour des crimes à Terre-Neuve-et-Labrador, au Montana et à la Barbade, et collabore étroitement avec le U.S. Marshals Service, explique Manning.

Ses membres sont aussi en mesure de gérer les processus internationaux d'extradition à l'interne ».

Le serg.-dét. Brent Black de la Police de Winnipeg a travaillé avec le groupe sur le cas de Stephen McKay, un associé d'un gang de Winnipeg réfugié à Calgary pour fuir des accusations de meurtre.

Pour Black, l'expertise du groupe et les ressources qu'il consacre à la localisation et à la surveillance des cibles, à l'intégration des données et au transfert des prisonniers ont été essentielles pour extirper McKay de son réseau criminel, en un mois à peine, et le transférer à Winnipeg en vue de son procès.

« Les membres se sont fait un devoir de trouver McKay. Ils ont été d'une grande efficacité », de dire Black.

Manning espère qu'un jour, le groupe sera élargi pour inclure des agents de la GRC et d'autres forces policières du sud de l'Alberta.

— Caroline Ross

NOUVELLES MODALITÉS DES SERVICES D'AIDE AUX VICTIMES

Les événements traumatisants peuvent avoir des effets à long terme sur les victimes d'un crime, mais l'intervention opportune des services d'aide permet quelquefois d'atténuer leur incidence.

Dans le passé, les membres de la GRC devaient obtenir le consentement pour relayer de l'information aux services d'aide aux victimes. Malheureusement, après un incident traumatisant, la victime n'est pas toujours en état de donner son consentement en connaissance de cause.

Toutefois, grâce à une révision des modalités de la GRC concernant le renvoi à un service d'aide aux victimes, les membres peuvent désormais communiquer des renseignements personnels sur une victime au gouvernement provincial ou territorial, et ce, en vertu d'un protocole d'entente, dans les provinces qui ont des dispositions législatives à cet égard.

Afin d'assurer le respect de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de toute autre loi provinciale ou territoriale pertinente, la GRC a soumis une évaluation des facteurs relatifs à la vie privée afin de déterminer et d'atténuer les risques à la vie privée.

En vertu des nouvelles modalités de renvoi, un membre ne peut divulguer que des renseignements limités sur la victime, dont le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, le sexe, l'âge et la langue de préférence. Il pourra également donner un résumé des circonstances de l'incident, à savoir la présence de drogues, d'alcool ou d'une arme à feu.

Chaque politique précise les circonstances où on peut effectuer un renvoi, qui sont limitées aux infractions contre la personne, aux infractions graves contre les biens, aux cas de victimes à risques ou vulnérables. On fera exception dans les cas où le membre estime qu'il en va de l'intérêt de la victime.

Ces nouvelles modalités visent à sensibiliser le plus grand nombre de victimes possible aux services disponibles. La politique reconnaît que le professionnel de l'aide aux victimes, tout comme le professionnel dûment formé, constitue la personne la plus apte à expliquer les services qu'elle peut offrir.

Toutefois, si, après avoir pris contact, la victime choisit de ne pas se prévaloir de ces programmes, le service d'aide aux victimes n'entreprendra aucun contact ultérieur.

L'Île-du-Prince-Édouard, le Nouveau-Brunswick et Terre-Neuve ont déjà signé un protocole d'entente et, souhaitons-le, d'autres provinces emboîteront le pas. ■

— Sigrid Forberg

Groupe des collections historiques de la GRC, Regina (Sask.)

Photo aérienne prise en 1940 durant le tournage du film North West Mounted Police de la Paramount Pictures.

HÉROS HOLLYWOODIENS, CLICHÉS CANADIENS

LES FAITS, LA FICTION ET LE NOUVEAU VISAGE DE LA GENDARMERIE

Par Sigrid Forberg

Partout dans le monde, le mot « Canada » évoque l'érable, l'immensité et – la tunique rouge.

Surtout la tunique rouge, celle du gendarme de la Police à cheval du Nord-Ouest (PCNO). Dès la fin du XIXe siècle, le gendarme est apparu dans les romans à dix sous, les revues à sensation et les radioromans. Puis il a trouvé le chemin d'Hollywood, où il est devenu héros chevaleresque, prêt à tous les sacrifices, dans les films des années 30 et 40.

Dans des productions comme *Rose Marie* et *Susannah of the Mounties*, les efforts de la PCNO pour faire régner l'ordre dans l'ouest sauvage du Canada étaient d'un romantisme souvent loin de la réalité. Hollywood nous a appris que le gendarme, d'une droiture sans faille, attrapait toujours son homme.

Plus d'un siècle plus tard, la leçon est toujours gravée dans l'imaginaire collectif.

CONNAÎTRE SES RACINES

En 1933, la GRC a ouvert un musée où exposer ses artéfacts. Devenu aujourd'hui le Centre du patrimoine, ce musée moderne a ouvert ses portes au public il y a quatre ans à Regina, en Saskatchewan.

Le Centre du patrimoine compte environ 40 000 artéfacts présentés en rotation, allant des médailles du premier commissaire jusqu'au tronc évidé qui servait à passer la boisson en contrebande aux États-Unis pendant la prohibition.

Les articles les plus populaires de la collection demeurent ceux qui évoquent le plus la PCNO : tunique rouge, fusil de neuf livres utilisé dans la Marche vers l'Ouest en 1874 et souvenirs du Carrousel.

Jodi Ann Eskritt, du Groupe des collections historiques de la GRC, explique que le musée attire les visiteurs avec ce qui est connu pour leur faire découvrir ce qu'ils ne soupçonnent pas.

« Personne n'a su marquer l'imaginaire autant que le gendarme canadien par le seul rouge de sa tenue, prétend Eskritt. Qu'on le veuille ou non, le gendarme sera toujours l'image que les gens garderont du Canada. Cela doit avoir un lien avec les débuts de la Gendarmerie — l'aventure, le romantisme, l'idée de dompter une région sauvage. »

QU'EST-CE QUE C'EST QUE CETTE TENUE!

Hollywood a inclus des gendarmes dans beaucoup de films au cours de la première moitié du XXe siècle, ce qui, au-delà de la vitrine, a

posé des problèmes d'image à la GRC.

Au premier rang des doléances de la Gendarmerie, l'uniforme qui variait d'un film à l'autre : seul le rouge demeurait distinctif. Rarement les personnages et les paysages collaient à la réalité canadienne des débuts de la PCNO.

Soucieuse de l'image portée d'elle à l'écran, la GRC a commencé à prêter aux productions le concours de membres actifs ou retraités, à titre de consultants ou de figurants, pour veiller à la défense de ses intérêts.

Et puis l'image du brave cavalier qui chante sur sa monture ne nous a pas toujours servis.

Michael Dawson, professeur d'histoire à l'université St. Thomas, a fait de l'image de la GRC le sujet de sa thèse de maîtrise, puis d'un livre intitulé *The Mountie: From Dime Novel to Disney*. Dans ses recherches, il se rappelle avoir vu des notes internes rédigées dans les années 60, dans lesquelles on déplorait les ravages de l'image véhiculée au cinéma.

« Chacun avait ses raisons de se plaindre, indique Dawson. Même le commissaire qui, tout en reconnaissant le charme de Rose Marie, l'abhorrait quand il devait se battre pour être pris au sérieux par J. Edgar Hoover. »

MIEUX VAUT EN RIRE

À la fin des années 60, l'image du gendarme dans la culture populaire a pris un virage. La culture populaire américaine nous a offert l'infortuné Dudley Do Right et la star éponyme de *Rocky and Bullwinkle*, tandis que la troupe de comiques britanniques Monty Python faisait chanter aux gendarmes les plaisirs de porter de la lingerie féminine.

Trente ans plus tard, la série *Due South,* dans laquelle l'acteur canadien Paul Gross prêtait ses traits au naïf et chevaleresque gend. Benton Fraser, a séduit des fans partout dans le monde. Même si elle a pris fin il y a plus de 10 ans, un Canadien en voyage à l'étranger trouvera encore des fans qui associent la série au Canada.

En trame de fond, le gend. Fraser s'était lancé à pied à la poursuite du meurtrier de son père et s'était retrouvé à Chicago. Une fois sur place, il avait trouvé pour partenaire un policier américain ombrageux, le dét. Ray Vecchio, qui faisait contraste avec le personnage de Fraser.

Tous les stéréotypes collaient aux deux policiers nord-américains : Fraser était poli et respectueux au point d'en être risible, et Vecchio, fort en gueule, traitait les dossiers sans aucun égard. Fraser était le héros, bien sûr, mais ses manières originales étaient l'occasion de rire un peu des gentils Canadiens.

Pourtant, la GRC a perçu l'humour dans cette série.

« Il me semble qu'en gagnant en maturité, la Gendarmerie s'est réconciliée avec l'image d'icône qu'elle a bâtie au long de son histoire, et qu'elle est capable d'en rire un peu, suggère Eskritt. C'est signe qu'on s'accepte mieux tel qu'on est. »

LE VRAI COURAGE

Mais une vie, même organisationnelle, est faite de hauts et de bas. Selon des sondages d'opinion publique, la GRC jouit d'un appui remarquable, de l'ordre du 80e au 90e rang percentile, mais cela ne l'a pas empêchée d'essuyer la critique dans les médias depuis quelques années, en raison de la façon dont elle a traité certains incidents. Malheureusement, la couverture médiatique de ces incidents a relégué à l'arrière-plan tout le travail positif de la Gendarmerie.

Pour le ramener à l'avant-plan, en 2008, la Gendarmerie a ouvert ses portes à la société canadienne de production JenCor qui a réalisé une série documentaire sur elle destinée à la télévision.

La serg. Pat Flood, ancienne agente des relations avec les médias, et le surint. Tim Cogan, directeur général des Services nationaux de communications de la GRC, ont collaboré de près avec JenCor pour concevoir les 13 épisodes produits.

Chaque épisode explorait un aspect différent du travail à la GRC, des services cynophiles aux missions de paix outre-mer. Flood et les directeurs ont présenté 21 membres aux profils variés, œuvrant partout dans l'organisation.

Grâce à Courage en Rouge Cogan souhaitait montrer l'aspect humain du travail très public de la GRC et mettre en lumière ce que les employés apportent de meilleur jour après jour aux collectivités qu'ils servent.

« Je le dis souvent, nous ne vendons pas de fleurs, explique-t-il. Notre quotidien est fait de conflits, de crimes, de pertes de vies, de traumatismes, de tragédie, de danger. De tout ça, bien sûr, il ressort du triste et du mauvais, mais en première ligne, on voit aussi beaucoup de belles choses. »

La série a été diffuée à l'hiver 2010 sur le réseau Outdoor Life Network. Malheureusement, en pleine récession, elle n'a pas été reprise par un grand réseau, comme on l'avait souhaité. Cela dit, l'aventure est néanmoins considérée comme un succès.

« À en juger par les commentaires reçus de l'interne et de l'externe, la série a ravi, résume Flood. C'est dommage que nous n'ayons pas pu tourner une deuxième série.

1910
EDISON MOVING PICTURE COMPANY PRODUIT RIDER OF THE PLAINS, LE PREMIER DE PLUS DE 200 FILMS HOLLYWOODIENS DANS LESQUELS FIGURE LA GRC

1939
PREMIÈRE DIFFUSION DU FEUILLETON RADIO SERGEANT PRESTON OF THE YUKON À DETROIT, MICHIGAN

1887
CRÉATION DU CAROUSSEL DE LA GRC

1933
OUVERTURE DU PREMIER MUSÉE DE LA GRC

1969
TÉLÉDIFFUSION DE THE DUDLEY DO-RIGHT SHOW (38 SEGMENTS EN CINQ MOIS) AUX É.-U.

Les directeurs et caméramans nous disent encore aujourd'hui qu'ils quitteraient leurs projets en cours pour revenir tourner de nouveaux épisodes avec nous. »

DERRIÈRE LE CARROUSEL

Le pouvoir d'attraction de la Gendarmerie est confirmé par son succès commercial.

À la fin des années 80, Mattel a mis en marché sa Barbie canadienne, vêtue de la tunique rouge et portant le traditionnel Stetson.

En 1995, la GRC a signé un contrat de cinq ans avec la Walt Disney Co. pour l'aider à mieux vendre son image. Depuis, chaque année, il se vend au Canada pour environ 5,5 millions de dollars de produits autorisés par la GRC.

Quant au Carrousel, avec ses cavaliers en tunique rouge et ses chevaux à robe noire, il ne manque jamais d'attirer les foules. Les Canadiens comme les visiteurs accourent pour assister au spectacle qui existe depuis 124 ans.

Dans un synchronisme parfait, les 32 cavaliers exécutent des figures de cavalerie. Mais ce n'est pas tout, rappelle le surint. Marty Chesser, officier responsable du Carrousel. Après le spectacle, le public peut visiter les écuries, voir les bêtes et échanger avec les cavaliers pour en apprendre davantage sur l'organisation.

Chesser est fier de la diversité qu'on trouve dans son équipe. En 2009, toutes les provinces et les territoires y étaient représentés. L'affectation au Carrousel étant limitée à trois ans, les cavaliers y arrivent forts d'expériences différentes — tant personnelles que professionnelles.

« La tunique rouge est un attrait, mais elle ne révèle pas tout de l'organisation, convient Chesser. Je le dis partout où je vais dans notre vaste pays, vous pouvez changer de poste tous les six mois à la GRC, et y rester pendant 35 ans, et vous n'aurez pas encore fait la moitié des expériences qu'elle a à vous offrir. »

Eskritt précise que jamais on ne pourrait faire la lumière sur tous ces éléments. Mais grâce au Centre du patrimoine et au Carrousel, la GRC a la chance de susciter l'intérêt et la curiosité.

« Notre souhait est d'avoir piqué la curiosité des gens quand ils partent, résume Eskritt. Qu'ils aient l'intuition de n'avoir vu que la pointe de l'iceberg. Si l'on a bien fait les choses, ils prendront conscience de la partie immergée de l'iceberg et auront envie de l'explorer aussi. » ■

Photo du tournage d'un épisode de Courage en rouge sur les groupes tactiques d'intervention (GTI) de la GRC.

Photo par Alexandre Guilbeault

1994
DIFFUSION DE LA SÉRIE DUE SOUTH SUR LES ONDES DE CTV (CANADA) ET DE CBS (É.-U.)

1999
SORTIE DU FILM DUDLEY DO-RIGHT AVEC BRENDAN FRASER ET SARAH JESSICA PARKER

2009
DIFFUSION DE LA SÉRIE COURAGE EN ROUGE SUR L'OUTDOOR LIVING NETWORK ET LE SASKATCHEWAN COMMUNICATIONS NETWORK

1995
LA GRC SIGNE UN CONTRAT DE CINQ ANS AVEC WALT DISNEY CO POUR L'UTILISATION DE SON IMAGE

2007
RÉOUVERTURE DU CENTRE DU PATRIMOINE DE LA GRC SITUÉ À REGINA, SASKATCHEWAN

GRC

Le serg. Andrew Blackadar de la GRC à l'Île-du-Prince-Édouard s'entretient avec le journaliste Brian Higgins de CBC.

LA POLICE ET LES MÉDIAS

UNE ÈRE NOUVELLE QUI FAIT ÉVOLUER LES ATTITUDES

Par Sigrid Forberg

La police et les médias ont le même objectif : aller au-delà du superficiel pour trouver la vérité.

Leurs méthodes et leurs motifs divergents les ont pourtant traditionnellement placés en conflit, privant leur clientèle commune – le grand public – du service qu'il mérite.

En cette ère où la technologie permet l'accès aux actualités jour et nuit, la police doit pouvoir réagir à n'importe quoi à tout moment. Parfois, des reportages peu flatteurs à son endroit sont diffusés à la télévision ou sur Internet avant même qu'elle en ait connaissance, ce qui exclut toute possibilité de préparer une réponse.

La GRC a donc entrepris de changer sa façon de travailler avec les médias. Ses relationnistes cherchent à communiquer de façon plus proactive avec les journalistes afin d'aider le public à mieux connaître son service de police national tout en faisant valoir les bons coups de ce dernier.

Cette stratégie prend une forme différente dans chaque province. L'insp. Tim Shields, porte-parole de la GRC en Colombie-Britannique, trouve crucial d'entretenir des relations proactives avec les médias, même si c'est beaucoup plus exigeant que de répondre tout simplement à leurs questions. Il croit aussi que sans l'aide des enquêteurs sur le terrain, la tâche est vouée à l'échec.

LE JEU EN VAUT LA CHANDELLE

Le serg. Paul Dawson, agent des relations avec les médias en Saskatchewan, estime que les avantages d'une telle approche compensent largement l'effort requis. Une collaboration étroite aide même chacune des parties à mieux comprendre les responsabilités de l'autre.

« Les journalistes recommencent à zéro chaque jour et sont toujours à la recherche de sujets nouveaux. Je ne les ai jamais vus refuser de participer à une activité que j'avais portée à leur attention, souligne-t-il.

On peut soit attendre qu'ils trouvent leurs propres idées de reportage, soit les mettre au courant de ce qui se passe au sein de notre organisation. »

Le serg. Dawson est toujours à l'affût d'occasions de faire diffuser des anecdotes positives. Il cite un exemple tiré de son expérience dans un petit détachement, où il travaillait aux côtés de plusieurs jeunes policiers qui souhaitaient promouvoir la sécurité à motoneige.

Il leur a proposé d'oublier les constats d'infraction et d'inviter plutôt les stations de télévision locales à les accompagner dans leur initiative pour en faire une campagne de prévention plutôt que de répression.

Les journalistes ont fini par produire un reportage de trois minutes sur la sécurité qui a été diffusé à l'échelle de la province.

Il reconnaît au chef du détachement, le s.é.-m. Barry Thomas, de Nipawin (Saskatchewan), le mérite d'avoir pris le risque d'appuyer cette initiative, une attitude plutôt rare à son avis.

« Il y a toujours mille et une raisons de ne pas s'embarquer dans un tel projet, estime-t-il. Quelqu'un peut se faire blesser ou le policier peut se mettre les pieds dans les plats, mais il faut avoir confiance et penser à toutes les retombées positives que ces reportages peuvent avoir. »

ORIENTER LA COUVERTURE

Selon le serg. Boyd Merrill, le fait de travailler à Terre-Neuve-et-Labrador lui donne un avantage sur ses homologues dans les autres provinces : quand il participe à une tribune téléphonique dans cette petite communauté tricotée serrée, il rejoint plus de la moitié de la province.

C'est une stratégie qu'il emploie souvent quand il souhaite aborder un sujet ou transmettre un message particulier. Les animateurs le mettent en ondes et lui accordent quatre ou

cinq minutes. En cultivant ces relations, précise-t-il, la GRC se donne une voie de communication directe avec la population.

« Lors de ce genre d'échange en direct, il n'y a aucun montage, et vos propos ne peuvent pas être mal interprétés, fait valoir le serg. Merrill. C'est un moyen percutant de véhiculer un message en quelques minutes à peine, histoire de signaler notre présence et d'expliquer comment nous réprimons la criminalité pour que les gens se sentent en sécurité à la maison et sur les routes. »

Le serg. Andrew Blackadar, agent des relations avec les médias à l'Île-du-Prince-Édouard, abonde dans le même sens. Il croit que vivre dans une si petite communauté aide à tisser des relations empreintes de familiarité et donne à tous le sentiment de viser un objectif commun.

Il donne l'exemple d'une situation où un patrouilleur avait intercepté une voiture pleine de jeunes adultes roulant bien au-delà de la vitesse permise. Parce qu'il n'avait plus de formulaires de constat d'infraction, il les a laissés partir après une mise en garde. Quelques heures plus tard, un accident a coûté la vie à deux des cinq passagers.

Un journaliste a découvert que le véhicule avait été intercepté et a téléphoné au serg. Blackadar pour demander pourquoi aucune contravention n'avait été émise. Après avoir obtenu ses explications, le journaliste lui a demandé s'il serait prêt à les répéter devant la caméra. Le serg. Blackadar a profité de son passage à la télévision pour ajouter que même si le conducteur avait reçu une contravention, rien ne garantissait qu'il se serait montré plus prudent par la suite.

Il a également fait remarquer que leur province n'avait pas de loi comme celle de l'Ontario, qui autorise la saisie de véhicules dont la vitesse dépasse largement la limite permise. Moins d'un an après ce reportage, l'Île-du-Prince-Édouard adoptait une loi semblable.

« Quand la police se mure dans le silence, les gens pensent tout de suite qu'elle a quelque chose à cacher, rappelle-t-il. Le public veut qu'on se manifeste et qu'on reconnaisse que, oui, il y a eu un problème, mais qu'on en a tiré des leçons et qu'on apportera les améliorations nécessaires. »

FAIRE PERCEVOIR LES POLICIERS COMME DES PERSONNES

Les grandes provinces ont toujours des occasions, elles aussi, de mettre en valeur leurs réussites.

La GRC a récemment essuyé des critiques sur le nombre de policiers dans ses rangs qui sont obèses ou qui font de l'embonpoint. Quand le quartier général divisionnaire à Winnipeg a rénové ses installations de conditionnement physique, le gend. Miles Hiebert en a profité pour faire interviewer le comm. adj. Bill Robinson, commandant divisionnaire, par un journaliste du *Winnipeg Free Press* afin de discuter de ses efforts pour maigrir.

« En discutant de son programme d'exercices personnel et de sa propre perte de poids, notre commandant a montré qu'il était une personne comme les autres, avec les mêmes problèmes que tout le monde », explique le gend. Hiebert.

Il peut être difficile de voir la personne derrière l'uniforme, car bien des policiers hésitent à s'écarter des faits et à aborder des questions personnelles.

Les serg. Patrick Webb et Tim Taniguchi, agents de relations avec les médias en Alberta, essaient toutefois d'outiller les membres dans les détachements pour leur donner l'assurance voulue à cette fin. Ils offrent depuis peu un atelier de trois jours qui permet d'apprendre les rudiments des relations avec les médias, d'interagir avec des médias et de visiter leurs locaux.

Le dernier jour de l'atelier, les participants assistent à une conférence de presse simulée avec des journalistes et des relationnistes pour se familiariser avec le genre de questions que suscitent les diverses nouvelles.

Non seulement cet atelier offre-t-il aux membres la chance d'entendre le point de vue du journaliste, mais il les aide à mieux comprendre les éléments recherchés par les médias. Ainsi, les deux parties peuvent travailler de concert à offrir un service optimal au public, service qui est assuré par des personnes, et non par des uniformes, souligne-t-on.

« Je trouve important de montrer toute la difficulté du travail policier, dit Tim Taniguchi. Je pense que nous avons négligé de raconter notre histoire de façon que le public puisse s'y identifier. Nous encourageons les gens à humaniser leurs communiqués pour qu'ils ressemblent non pas à des rapports de police, mais à des anecdotes à la portée d'une personne ordinaire. »

DES CHEMINS PARALLÈLES

Bien entendu, rien de tout cela n'est possible sans le soutien de la haute direction et des enquêteurs sur le terrain. Pour tirer profit des relations avec les médias, il faut prendre des risques et sortir des sentiers battus, estime Paul Dawson. Et il est crucial que les deux parties aient une certaine compréhension et une certaine empathie l'une à l'endroit de l'autre. Au bout du compte, si elles travaillent dans la bonne entente, elles pourront toutes les deux atteindre leurs objectifs plus facilement.

« Il faut changer d'attitude, croit le serg. Dawson. Si tous les membres traitaient avec les médias au quotidien comme moi, ils verraient tout ce que nous avons en commun. Il ne faut pas avoir peur d'entrer en contact avec le public, et les médias sont un excellent moyen de le faire. » ■

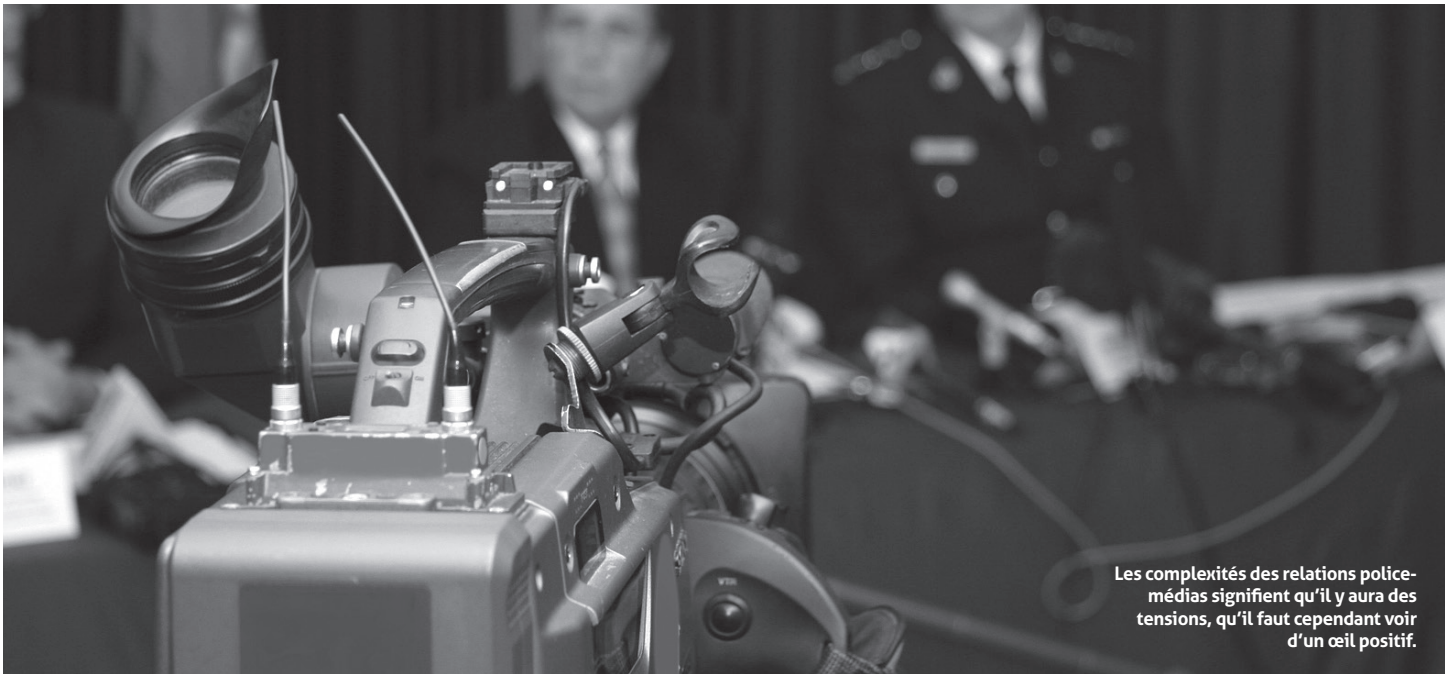
DÉMANTELER LES INSTALLATIONS DE CULTURE DE MARIHUANA

L'ancien commissaire de la GRC, William J.S. Elliott, a annoncé lors d'une conférence de presse l'automne dernier le lancement de l'Initiative relative aux cultures de marihuana (IMC). En plus de compléter la Stratégie nationale antidrogue du Canada, l'IMC illustre l'engagement perpétuel de la GRC à lutter contre la production de marihuana contrôlée par les groupes du crime organisé. Fondée sur trois éléments clés – la sensibilisation, la dissuasion et la répression – la Stratégie décrit comment la

GRC

GRC travaillera avec les partenaires et les collectivités et renseigne les Canadiens sur les dangers et les conséquences dévastatrices de cette activité et des criminels dans la communauté. Pour en savoir plus, visitez le site Web www.rcmp-grc.gc.ca.

QUELLE EST LA RELATION IDÉALE ENTRE LA POLICE ET LES MÉDIAS?



Les complexités des relations police-médias signifient qu'il y aura des tensions, qu'il faut cependant voir d'un œil positif.

GRC

LES SPÉCIALISTES

- **Insp. Marc Richer, directeur des Relations avec les médias de la GRC**
- **Jim Bronskill, correspondant de la Presse canadienne à Ottawa**
- **Daniel Brien, Service des poursuites pénales du Canada**

INSP. MARC RICHER

En matière de police opérationnelle, il est essentiel de fournir des informations aux médias, lesquels peuvent ensuite informer les citoyens sur la façon dont la police assure leur sécurité.

À l'échelle nationale, il faut répondre à des questions très variées portant surtout sur les politiques, les gestionnaires supérieurs et les décisions qu'ils prennent.

Le milieu des médias a beaucoup évolué depuis l'époque où l'on invitait les journalistes à venir nous écouter. Maintenant, grâce au Web et aux médias sociaux, c'est un milieu très concurrentiel, où l'on transmet des informations en direct, en tout temps.

Il faut bien comprendre que si les médias sont sur la piste d'une affaire, ils ont plus de sources que la police.

Cela représente un défi important, au chapitre des relations avec les médias. La police et les médias ne suivent tout simplement pas les mêmes règles. Les deux assurent des services aux citoyens, mais pour des raisons très différentes.

Compte tenu des politiques qui régissent l'application de la loi, en dépit de tous nos efforts, il n'est pas toujours possible de respecter les échéances. La complexité d'une grande organisation policière nécessite un grand nombre de spécialistes dans une foule de domaines.

Lorsque nous recevons un appel d'un journaliste, nous devons souvent consulter des experts en la matière qui ne sont pas toujours disponibles, parce qu'ils exécutent leurs fonctions spéciales. Cela signifie qu'ils ne peuvent pas toujours répondre aux questions des médias dans des délais serrés. C'est ce que les agents des relations avec les médias de la GRC expliquent aux journalistes. Plusieurs d'entre eux comprennent cette réalité, mais pas tous.

Il semble que le journalisme a également changé radicalement. Il ne s'agit plus de vérifier les faits et d'en faire le compte rendu; ce qui est le plus important c'est de diffuser la nouvelle.

En dépit des informations et des explications que nous fournissons aux journalistes, ils donnent parfois un angle à la nouvelle pour l'adapter à leurs objectifs. Cela fait problème parce que, par conséquent, notre crédibilité est souvent mise en doute et nous sommes donc forcés de répondre aux questions ou de corriger les mauvaises informations.

Il ne fait aucun doute que les journalistes le savent, mais ils devraient se rappeler qu'au Canada il existe de nombreux mécanismes de surveillance de la police, tels que les divers niveaux de supervision, les procureurs de la Couronne et les tribunaux.

Même si de nos jours, tout semble aller de plus en plus vite, je crois que la patience et la compréhension des fonctions de la police sont essentielles pour livrer une meilleure nouvelle.

Si les journalistes veulent obtenir les meilleures informations les plus précises, je leur recommande de suivre nos conseils et d'apprendre à attendre. Nous ferons l'impossible pour leur présenter la meilleure personne-ressource, afin qu'ils puissent obtenir l'information directement d'une source bien informée.

Ce respect pour le processus policier et la profession garantira non seulement des relations cordiales entre les médias et la police, mais permettra aussi de donner les

meilleures informations à l'auditoire, qui se compose des citoyens que nous protégeons.

JIM BRONSKILL

La relation entre les journalistes et la police est une danse délicate, où chacun des partenaires se déplace avec précaution, en essayant d'éviter de marcher sur les pieds de l'autre.

C'est également une relation symbiotique, car la police et les journalistes ont besoin les uns des autres.

Cependant, chacun a un rôle bien défini, régi par des politiques, des considérations éthiques et des pratiques bien ancrées.

La police diffuse des informations pour faire avancer des enquêtes, prévenir les citoyens de dangers soudains et les sensibiliser à la prudence.

Grâce à Internet, les organismes d'application de la loi disposent maintenant d'un plus grand nombre de moyens pour atteindre ces objectifs, mais la police dépend toujours des médias pour atteindre rapidement un grand segment de la population.

Les journalistes sont également des citoyens. Par conséquent, il est dans leur intérêt d'informer le public et de donner aux citoyens les informations dont ils ont besoin pour agir de façon responsable dans leur collectivité.

Les journalistes aiment aussi les bonnes nouvelles, parce que c'est ce que le public désire.

Comme en témoignent les horaires des émissions de télévision et la liste des livres les plus vendus, la fiction policière est très populaire. Les nouvelles sur les crimes feront toujours partie des bulletins de nouvelles.

Lorsque la police discute de dossiers avec les journalistes, elle doit prendre garde de préserver l'intégrité des enquêtes, car si elle révèle trop d'informations, cela pourrait compromettre un dossier. Si un policier donne une mauvaise information, il pourrait ruiner une réputation.

Dans le même ordre d'idées, même si les journalistes sont à l'affût des détails d'une affaire très médiatisée, ils doivent éviter les mêmes écueils.

Les journalistes ne devraient jamais oublier leur rôle : ils ne contribuent pas aux enquêtes de la police, mais sont plutôt les mandataires des citoyens.

Selon les lignes directrices de la Presse canadienne, généralement, on peut fournir sans problème à la police des exemplaires de reportages et de photos déjà publiés.

Cependant, les journalistes ne devraient pas donner accès à la police aux notes, aux vidéos non publiées, à la documentation, aux courriels et à d'autres documents liés à des dossiers en cours ou à des questions confidentielles.

Les journalistes doivent également résister à l'envie de laisser transpirer des informations stratégiques de la police qui pourraient être injustes ou de nature à heurter les sensibilités.

Il est également important que la police respecte ces limites et traite les journalistes de façon équitable.

Une fois que la police révèle qu'une enquête est en cours, elle a l'obligation de fournir des mises à jour et de clore le dossier au moyen d'une annonce publique, lorsque l'enquête est terminée.

Compte tenu de la complexité de la relation entre la police et les médias, il y aura nécessairement des tensions. Cependant, il faudrait les voir comme quelque chose de sain parce que même si la police et les journalistes ont besoin les uns des autres, leur travail est différent.

DANIEL BRIEN

Nous vivons dans une culture des médias où la notion du cycle de la nouvelle a été éclipsée par un environnement qui fournit constamment des nouvelles et des opinions en direct au moyen de blogues, de mises à jour, de messages courts sur Twitter et d'articles.

Pour les procureurs et la police, cette évolution accroît la visibilité et la sensibilisation du public, mais cela représente également des risques pour le processus même que nous cherchons à protéger. Nous devons trouver un juste équilibre entre les objectifs tout aussi ancrés et parfois concurrentiels des médias et de ceux qui protègent l'application régulière de la loi.

En vertu de la loi, il incombe au Service des poursuites pénales du Canada de communiquer avec les médias et le public, mais les dossiers qui lui ont été confiés demeurent sa principale responsabilité.

Il a le mandat d'intenter des poursuites conformément aux lois fédérales, de façon juste, impartiale et objective et libre de toute influence indue.

Dans le *Manuel des opérations* de la GRC et le *Manuel de la politique du SPPC*, il y a des dispositions sur les communications avec les médias ainsi que des conseils pour conserver cet équilibre.

De nos jours, la police et les procureurs doivent s'inquiéter du fait que les médias rendent compte d'étapes qui, il y a quelques années, étaient invisibles pour le public : la période entre le dépôt d'une accusation et l'arrestation de l'accusé; le moment où une personne d'intérêt devient un suspect; le moment où un dossier est renvoyé à la Couronne pour l'approbation des accusations; le moment où une perquisition est imminente, entre la signature du mandat et son exécution.

Pendant la préparation d'une cause, les porte-parole du SPPC reconnaissent régulièrement devant les journalistes que la position de la Couronne est effectivement une question du domaine public, mais elle sera présentée aux tribunaux avant d'être soumise à l'opinion publique.

Les intervenants du système de justice pénale doivent prendre garde que les conférences de presse tenues après une arrestation dans le but d'informer le public ne tournent pas en défilés victorieux, qui risquent de compromettre le procès ou de donner lieu à des poursuites judiciaires.

Ces conférences de presse peuvent sembler étaler au grand jour les arrestations ou les saisies qui sont le fruit de longues enquêtes, mais elles doivent être exécutées avec prudence pour protéger l'intégrité du système de justice pénale.

Si la publicité après l'arrestation n'est pas appropriée, cela pourrait nuire au processus de sélection du jury, être mentionné dans les instructions que le juge donne au jury ou démontrer un trop grand zèle de la part des autorités.

Les limites ne sont pas toujours claires. Quelle quantité d'informations un enquêteur peut-il divulguer sur un dossier? Qu'est-ce que les policiers qui ont effectué une arrestation peuvent dire au sujet de la preuve, lorsqu'ils font étalage des biens saisis?

Il faut être réaliste, on ne peut pas s'attendre à ce que la tension entre les médias et l'application de la loi disparaisse de sitôt. Étant donné que les médias évoluent dans un milieu concurrentiel et que les policiers et les procureurs doivent exécuter leurs fonctions de façon ouverte et responsable, les médias et la police vont continuer de communiquer régulièrement entre eux.

En poursuivant les efforts pour trouver un juste équilibre, nous pouvons continuer d'avoir un système de justice efficace et responsable dans un milieu médiatique ouvert et accessible. ■

UNE MINE D'INFORMATIONS

EXPLORATION DES DONNÉES D'INTERNET ET DES MÉDIAS SOCIAUX

Par l'agent spécial Mike Keleher, Naval Criminal Investigative Service (NCIS), États-Unis

Les criminels ont commencé à intégrer Internet à leurs crimes environ 10 minutes après sa création. Les autorités ont toujours été lentes à profiter des progrès technologiques ou à suivre les tendances informatiques. Mais, un enquêteur non passionné par l'informatique peut-il réussir à trouver des informations plus complètes grâce à Internet?

Bien que les recherches Web traditionnelles posent quelques problèmes, il existe des méthodes d'exploration de données simples. Il y a aussi le Web profond, un abysse renfermant des informations dont vous soupçonniez l'existence, mais ne parveniez pas à trouver.

Combinées aux volumes de renseignements personnels volontairement affichés en ligne sur les sites Web sociaux, les recherches du Web profond peuvent aboutir à une mine d'informations sur des suspects, des victimes et des témoins, leur vie, leurs habitudes et leurs relations.

RECHERCHES INTERNET COURANTES

Cela vous surprendra peut-être, mais les recherches Internet utilisées chaque jour par les enquêteurs et le grand public sont nettement moins efficaces que vous pourriez le penser. Ajoutez à cela le manque de compréhension des médias sociaux ou de la façon d'y effectuer des recherches, et les organismes d'application de la loi subissent un désavantage dont ils pourraient ne pas avoir conscience.

Le moteur de recherches de pointe Dogpile explique que les utilisateurs croient qu'un moteur de recherches unique trouvera les meilleures informations et toutes les informations connexes du Web.

En fait, chaque moteur cherche de façon différente, et trouve des produits différents qu'il affiche différemment. Dogpile cite plusieurs études qui utilisent trois ou quatre des moteurs de recherches les plus populaires comme Google, Yahoo!, Bing et Ask Jeeves pour rechercher un individu.

Dans une étude englobant 12 000 recherches, seul 1,1 % des résultats apparaissant en première page étaient cités par les quatre moteurs. Différents moteurs, différents résultats.

Dogpile utilise désormais les trois principaux moteurs (Google, Yahoo! et Bing) simultanément et combine leurs résultats pour offrir aux utilisateurs un produit plus exploitable et complet.

Les recherches Internet courantes ont été comparées au fait de traîner un filet à la surface de l'océan. On attrapera quelques poissons, ou bits d'information, mais le filet ne descend pas jusqu'au fond de l'océan et ne ramasse pas toutes les informations disponibles.

L'océan de l'information, dit Web profond, pourrait contenir 500 fois plus d'informations que fournit une recherche Internet normale. Cela fait longtemps que les enquêteurs soupçonnaient l'existence d'autres informations, sans toutefois savoir sonder les profondeurs ou aller au-delà des recherches Dogpile.

RECHERCHES DANS LE WEB PROFOND

Les enquêteurs devraient envisager d'utiliser Pipl.com et Spokeo.com, deux moteurs de recherches de personnes, pour explorer le Web profond.

La recherche du nom d'un suspect à l'aide d'un moteur de recherches courant pourrait aboutir à des correspondances dans toute l'Amérique du Nord.

Une recherche dans Pipl permet de trouver un nom et ses diverses graphies, ainsi que les pseudonymes et surnoms, adresses courantes et passées, âge, numéros de téléphone, cartes, documents d'information, camarades de classe, relations d'affaires, adresses courriel, profils de médias sociaux comme Facebook, photos, vidéos, renseignements généalogiques archivés et articles de presse qui mentionnent la personne.

SI N'IMPORTE QUEL ADOLESCENT NORD-AMÉRICAIN PEUT FONCTIONNER DANS CE DOMAINE, LA POLICE LE PEUT AUSSI.

Pipl permet aussi de trouver des noms d'utilisateurs et des profils souvent utilisés pour les achats en ligne. Le nombre d'informations accessibles gratuitement par tous dénichées par ces recherches est stupéfiant. Les incrédules n'ont qu'à entrer leur propre nom, numéro de téléphone ou courriel dans ce moteur de recherches pour voir les résultats.

Spokeo.com donne des résultats similaires, dont les noms, âge, adresse, courriel, sexe, photos, vidéos, loisirs, santé économique, fortune estimée, type de ménage, détails de la propriété, cartes, valeur approximative de la propriété, allégeance politique, religion, scolarité et profession, arbre généalogique et informations sur le quartier, ainsi que publications dans les blogues, et passe en revue 86 sites de médias sociaux. Toutes ces informations sont accessibles à tous, mais l'agrégateur extrait des informations de sources généralement négligées.

RECHERCHES DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

En mai 2011, Facebook comptait plus de 500 millions d'utilisateurs. En juillet 2011, il avait 750 millions d'utilisateurs actifs qui affichent des photos, des vidéos et des renseignements personnels pour eux et leurs amis. La moitié de ces utilisateurs consultent le site quotidiennement.

En 2009, Cox Communications, une entreprise de télécommunications, de télévision par câble numérique et de services sans fil des États-Unis affirmait que 72 % des jeunes âgés de 18 à 29 ans fréquentaient les sites de médias sociaux. Imaginez ce chiffre aujourd'hui! C'est aussi ce groupe d'âge qui commet un nombre disproportionnel de crimes.

Un article paru le 27 juillet 2011 dans *The Examiner,* un journal du District de Columbia, signalait que les jeunes membres de gangs violents utilisaient Twitter et Facebook pour planifier leurs crimes en ligne. Pas vraiment surprenant, n'est-ce pas?

Combien de crimes les médias ont-ils rapportés après leur publication sur YouTube? À contrecœur, les policiers sont contraints d'intégrer les médias sociaux aux nouvelles enquêtes. Peut-on explorer les données sans devenir un mordu du Web? Absolument. Si n'importe quel adolescent nord-américain peut fonctionner dans ce domaine, la police le peut aussi.

Combiner les résultats des recherches sur le Web aux données personnelles volontairement affichées sur les réseaux sociaux en ligne permet d'obtenir de grandes quantités d'informations sur la vie, les habitudes et les relations des suspects, des victimes et des témoins.

Les recherches du Web profond permettent aux enquêteurs de trouver des profils de médias sociaux. Certains sites de médias sociaux exigent des visiteurs un compte, un profil ou un courriel avant de leur donner accès au site. Cependant, les enquêteurs peuvent créer des profils et des comptes courriel gratuits non vérifiés grâce à Yahoo Mail, Gmail ou Hotmail, pour consulter le profil d'un sujet.

Les utilisateurs de Facebook qui bloquent certaines données par mesure de sécurité pourraient quand même accepter des invitations à devenir « amis » avec des inconnus, pour gonfler leur statut social en augmentant leur nombre d'amis et leur pseudopopularité. C'est une tendance inquiétante. Lorsqu'un ami est accepté, il peut voir tout ce que contient le site. Les approches indirectes pourraient aussi fonctionner : le nouvel utilisateur devient d'abord ami avec des amis de la cible pour paraître digne de confiance. Le profil montre alors les amis communs et l'inconnu paraît inoffensif.

Les autres trappes dont la génération des téléphones intelligents ne semble pas avoir conscience sont les données du système mondial de localisation (GPS) ou données en format de fichier image EXIF intégrées par défaut aux images de ces téléphones.

Les utilisateurs au courant de cette fonction doivent la désactiver manuellement s'ils veulent éviter de joindre ces données aux photos. Les photos affichées sur Twitter conservent ces données.

Les enquêteurs peuvent afficher ces photos dans le navigateur Google Chrome ou d'autres afficheurs ou éditeurs d'images EXIF pour lire les coordonnées du lieu de la prise de vue, ainsi que la date et l'heure. Un autre clic affiche une vue panoramique 360 degrés de ce lieu dans Google Maps. Plutôt utile pour une enquête de police, non?

En 2011, le laboratoire du Federal Bureau of Investigation (FBI) à Quantico (Virginie), a commencé à utiliser un logiciel créé par les Forces aériennes des États-Unis appelé FindCamera, pour découvrir les algorithmes intégrés aux données des images numériques.

En fait, en plus de la marque et du modèle ou des coordonnées géographiques, chaque appareil de photo numérique intègre sa propre empreinte aux photos. Vous verrez que cette technique sera bientôt utilisée en sciences judiciaires pour associer des photos à un appareil, puis à un utilisateur.

Cela nous amène à Facebook, à Foursquare et à d'autres sites qui comptent des fonctions d'enregistrement permettant aux utilisateurs d'inscrire manuellement ou automatiquement l'endroit où ils se trouvent ou se trouvaient.

Cette information est instantanément chargée sur leur page Web. Quiconque a accès à cette page peut voir ces endroits. Foursquare, qui compte désormais plus de 6 millions d'utilisateurs, a connu une croissance de 3 400 % en 2010 et a pour seul but de suivre les déplacements des personnes grâce à ces enregistrements. Ces sites sont des ressources extraordinaires pour assurer le suivi des habitudes de comportement ou même des déplacements presque en temps réel.

Il est aussi possible d'exploiter Twitter, site extrêmement populaire qui compte plus de 175 millions d'utilisateurs. Par défaut, les messages affichés sur Twitter sont accessibles à tous. N'importe qui peut les lire; aucun compte n'est requis. Des millions de personnes dans le monde entrent de brefs commentaires, limités à 140 caractères, sur leurs pensées ou activités quotidiennes. On peut les comparer à des miniblogues. Par ces microbillets, les enregistrements et le téléchargement de photos ou vidéos, les utilisateurs partagent leur vie dans le cyberespace à un rythme sans précédent.

CONCLUSION

Même si cela ne fait pas partie de l'ancienne procédure policière, les enquêteurs ne peuvent pas ignorer le Web profond et les médias sociaux comme outils d'enquête. Même la GRC et le FBI ont des sites Facebook et Twitter.

Les contacts, messages, photos, vidéos, textes et microbillets dans les médias sociaux constituent désormais un autre langage parlé par la majorité des jeunes âgés de 18 à 29 ans. Le fait que les enquêteurs plus âgés estiment ne pas parler ce langage ou ne s'efforcent pas de l'apprendre est un énorme handicap.

Les criminels diffusent leurs informations aux quatre vents. Alors, devenons amis et profitons de cette manne si *soigneusement* affichée par les abonnés. ■

Mike Keleher est le chef de la division Criminal Investigations, Violent Crime and Cold Case Homicide au quartier général du NCIS à Quantico (Virginie). Agent spécial pendant plus de 24 ans, M. Keleher est un ancien procureur.

Secteur de Clapham Junction dans le sud de Londres le 9 août 2011 après une troisième nuit d'émeutes et d'actes de pillage.

MAINTIEN DE L'ORDRE ET CYBERCOMMUNICATION

LEÇONS À TIRER DES ÉMEUTES DE LONDRES ET DE VANCOUVER

Par Lauri Stevens

Comme si les représentants de la loi manquaient de soucis, voici surgir les médias sociaux. Fait inédit, les services de police se trouvent dans une situation où les recrues en savent plus long que les commandants au sujet d'un phénomène qui a une influence croissante sur les pratiques policières.

À peine certains services de police commencent-ils à exploiter les médias sociaux dans leurs relations communautaires et leurs enquêtes que déjà des éléments criminels s'en servent pour organiser de vastes et soudains mouvements d'agitation qui prennent la police au dépourvu en plus de susciter des réactions outrancières de la part de certains hauts responsables policiers.

Dans beaucoup de villes américaines et quelques villes canadiennes, on a vu des adolescents user des réseaux sociaux, surtout Twitter, pour organiser des cambriolages éclair, c'est-à-dire des actes collectifs de pillage de commerces et, parfois, de passage à tabac d'innocentes victimes.

Ayant raté le coche avant même d'entrer en action, la police est contrainte de procéder à l'ancienne, par voie d'arrestation et d'inculpation, mais aussi de trouver des moyens de surveiller les médias sociaux dans le but d'intervenir avant qu'un trouble n'éclate ou, faute de mieux, pendant qu'il a lieu.

L'été dernier, au Royaume-Uni, après que la police eut abattu par balle Mark Duggan, un gangster notoire de l'arrondissement de Tottenham, dans le nord de Londres, des émeutes ont fait rage durant plusieurs jours, organisées en partie grâce aux médias sociaux et par des échanges privés de messages instantanés sur des téléphones intelligents BlackBerry.

Après les émeutes, le premier ministre David Cameron et le commissaire par intérim du Metropolitan Police Service Tim Godwin ont tous deux, dans des déclarations publiques, approuvé l'idée de soumettre les médias sociaux à une forme de contrôle.

Dans le sillage de ces déclarations, les autorités britanniques ont été largement critiquées pour leur gestion des émeutes. D'après le quotidien *The Guardian,* des membres du gouvernement croient que la façon dont M. Godwin a personnellement conduit les opérations avait coulé ses chances d'obtenir le poste permanent de commissaire, poste qui a plutôt été offert à Bernard Hogan-Howe.

LE CONTRAIRE D'UN SPORT DE SALON

L'apparente difficulté de MM. Godwin et Cameron à comprendre les effets positifs et négatifs des médias sociaux sur la capacité de maintenir l'ordre public pourrait découler du simple fait qu'ils ne sont pas eux-mêmes des utilisateurs de ces nouvelles technologies de communication.

Malgré l'absence criante, dans la police londonienne, de dirigeants ayant compris

l'utilité et faisant usage des médias sociaux, il se trouve plusieurs cadres policiers ailleurs au pays qui, depuis plusieurs années déjà, tirent parti d'une utilisation quotidienne de ces médias. Ces officiers sont de ceux qui croient qu'il faut se servir des médias sociaux pour en comprendre les avantages.

L'agent-chef adjoint Stuart Hyde, de Cumbria, figure parmi ces chefs de file.

« Ça n'a rien d'un sport de salon, dit-il. Faute de s'en servir, d'afficher du contenu, de solliciter la communication ou d'avoir un débat inattendu, on finit par ne plus pouvoir interagir du tout. »

Hyde utilise Twitter depuis quelques années et communique régulièrement par ce moyen avec d'autres officiers ainsi qu'avec des citoyens.

Bien qu'aucune émeute n'ait eu lieu sur son territoire, Hyde perçoit mieux que beaucoup d'autres quelles sont les leçons à tirer des récents événements.

« Une importante leçon est à tirer des services qui ont fait face, non à des désordres, mais à des "rumeurs" », dit-il, pensant à la police de Staffordshire, qui s'était rapidement tournée vers Twitter pour « couper court au délire ambiant » et qui n'a effectivement eu à réprimer aucune agitation.

LES ABONNÉS, UNE ASSISE PRÉALABLE

Les commandants qui utilisent les médias sociaux savent que pour en tirer profit en temps de crise, il faut au préalable s'être attiré une multitude d'abonnés et avoir tissé des liens avec eux.

Le surint. Mark Payne, de la police des West Midlands, est un adepte Twitter de la première heure. Il se trouvait dans les rues de Wolverhampton, une localité des West Midlands, quand des émeutes ont éclaté. Selon lui, il est certain que les médias sociaux ont servi à organiser ces manifestations.

« On a vu des contrevenants rivés à l'écran de leur appareil avant de donner des instructions aux autres. Ça ne veut pas dire qu'il faille réclamer l'abolition des réseaux sociaux, mais plutôt que nous devons en comprendre le fonctionnement et apprendre à mieux les utiliser », déclare Payne.

Depuis deux ou trois ans, Payne s'efforce de nouer des relations avec les gens des West Midlands. Résultat : il a maintenant plus de 7000 abonnés à son compte Twitter.

Les deux cadres policiers insistent sur l'importance de pouvoir dissiper les rumeurs lorsque se produisent des événements de grande ampleur.

« Ce qu'on constate invariablement, dans les situations d'urgence, c'est que faute d'informations émises par les autorités, les on-dit remplissent l'espace public », commente Payne.

Hyde est du même avis.

« Mais pour être efficace, il faut occuper le terrain. Il s'agit d'un outil qui requiert un usage collectif, pas seulement celui d'une escouade Twitter », réitère Hyde, qui évoque la nécessité pour la police de répandre cette nouvelle pratique au-delà du cercle restreint des agents des communications.

Les deux hommes participent régulièrement à des discussions avec le U.K. Home Office, le principal ministère britannique responsable de la police, afin de déterminer la ligne de conduite à suivre.

EXPÉRIENCE CANADIENNE

La Police de Vancouver (PV) a su gérer les émeutes qui ont suivi la défaite des Canucks en finale de la Coupe Stanley en juin dernier, dans la Ligue nationale de hockey.

« C'est vraiment une bonne chose que nous ayons été présents sur Twitter avant même que les événements surviennent », déclare l'agente Anne Longley, relationniste à la PV.

Comptant 8 000 abonnés sur Twitter lorsque les séries éliminatoires ont commencé, la PV était déjà exercée à l'exploitation des médias sociaux. À la fin des séries, elle avait plus de 16 000 abonnés, dont la plupart étaient des partisans au plein sens du terme.

CE QU'ON CONSTATE INVARIABLEMENT, DANS LES SITUATIONS D'URGENCE, C'EST QUE FAUTE D'INFORMATIONS ÉMISES PAR LES AUTORITÉS, LES ON-DIT REMPLISSENT L'ESPACE PUBLIC.

La PV a reçu de nombreux éloges de la part du gouvernement et des citoyens pour sa façon de gérer les émeutes, aussi bien avec que sans les médias sociaux.

En fait, l'un des plus sérieux problèmes auxquels elle a dû faire face était la quantité phénoménale de photos et de vidéos incriminantes que lui ont transmises des citoyens engagés désireux de voir arrêtés et poursuivis les pillards qui ont saccagé leur ville.

À Vancouver, le débat ne porte pas sur l'abolition des réseaux sociaux, mais sur les dangers de la surveillance de masse qu'entraîne l'emploi de la technologie de reconnaissance faciale que l'Insurance Commission of British Columbia a mis à la disposition de la police afin de permettre l'identification des personnes dont l'image a été captée.

Comme il n'y a aucune politique ni procédure en vigueur qui régisse les nouvelles bases de données ainsi créées, les spécialistes appellent les autorités à ne pas se servir de cette technologie.

OPINION UNANIME

Aussi bien à Londres qu'à Vancouver, tout le monde est d'accord : les médias sociaux ont joué un rôle déterminant dans la mobilisation des citoyens qui a suivi les émeutes.

En un court laps de temps, des milliers de citoyens se sont organisés au moyen de Facebook et de Twitter. À Vancouver, bon nombre des 11 000 bénévoles ont revêtu les couleurs des Canucks pour montrer que les actes d'une minorité ne reflétaient pas l'esprit des véritables partisans de l'équipe.

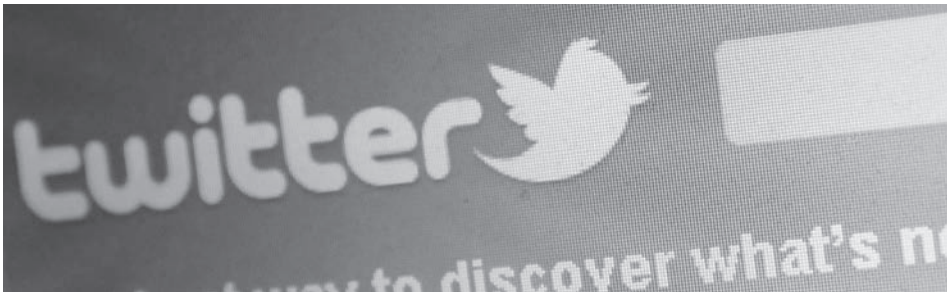
C'est aussi grâce à Facebook et à Twitter que des milliers de Londoniens se sont rassemblés pour nettoyer la capitale. Comme le rapportait BBC News, c'est avec un sentiment de fierté citadine et dans une atmosphère chargée d'émotions que les bénévoles armés de leurs balais ont défilé dans la ville pour se rendre sur les lieux touchés.

Le compte Twitter @Riotcleanup, auquel plus de 73 000 personnes sont abonnées, sert maintenant à une collecte de fonds pour venir en aide aux commerçants londoniens victimes des émeutes.

Pour Hyde, il s'agit de poursuivre l'apprentissage jusqu'à ce que tous aient maîtrisé l'outil.

« On en est tous encore à l'étape de l'apprentissage, et il serait bon qu'on en prenne conscience. » ■

Lauri Stevens, spécialiste des médias interactifs comptant plus de 25 ans d'expérience, est la fondatrice et principale experte-conseil de LAwS Communications, qui aide la police à exploiter la technologie des médias interactifs. Mme Stevens a créé le blogue ConnectedCOPS.net et mis sur pied la conférence SMILE (Social Media the Internet and Law Enforcement).



L'utilisation de Twitter par les services de police et les agents est en plein essor.

LA SÉCURITÉ PUBLIQUE À L'ÈRE DE TWITTER

L'EXPÉRIENCE DES AMÉRICAINS

Par David J. Krajicek

Une version du présent article a été présentée en mai 2011 lors d'un congrès sur les services policiers et les médias sociaux tenu à New York et organisé par le Center on Media, Crime and Justice du John Jay College of Criminal Justice et par l'Intercollegiate Studies Institute.

Dans de plus en plus de villes américaines, l'utilisation des médias sociaux comme principal mode de communication par les agents d'application de la loi révolutionne la façon dont les services de police interagissent avec les médias et les citoyens.

Si la situation est unique dans chaque ville, les policiers se tournent de plus en plus vers des sites comme Facebook et Twitter pour communiquer de façon instantanée et interactive. Aux États-Unis, près de 1 300 services de police se servent de Facebook et plus de 600 ont un compte Twitter selon l'Association internationale des chefs de police (IACP).

L'utilisation de ces outils est très répandue en Amérique, où près de la moitié des habitants, jeunes ou retraités, ont une page Facebook. Ils permettent aux policiers de joindre la population directement, ce qui facilite leur travail et, parfois, irrite les journalistes.

À Baltimore, au Maryland, le microblogue Twitter a remplacé les lignes d'information comme outil de liaison principal entre la police et les journalistes en cas de nouvelles de dernière heure.

Selon Justin Fenton, chroniqueur judiciaire chevronné travaillant depuis six ans au *Baltimore Sun,* l'information est transmise plus rapidement par Twitter que par l'ancien système; avant, il devait appeler sans cesse les affaires publiques du service de police.

Il reçoit maintenant un *tweet* sur son téléphone généralement dans les 20 minutes après qu'un crime grave est survenu dans la ville.

« C'est comme si je faisais partie de l'équipe de commandement », explique-t-il. Il envoie à son tour un *tweet* aux personnes qui le suivent en ajoutant souvent quelques détails sur l'incident.Mais d'après M. Fenton, le système a ses limites : les *tweets* ne fournissent qu'un minimum d'information et le compte Twitter de la police est fermé entre minuit et 7 h. Il ajoute que lorsqu'il demande plus d'information aux policiers, on lui répond souvent « Tout ce que nous savons figure sur Twitter ». Et un tweet ne compte pas plus de 140 caractères.

Certains journalistes se plaignent que les policiers se servent des médias sociaux pour ralentir la diffusion de l'information plutôt que pour la faciliter. Eric Hartley, journaliste au *Capital* d'Annapolis (Maryland), affirme que les policiers de sa ville invitent la population et les médias à consulter Facebook et Twitter, ce qu'il considère comme une « apparence d'ouverture ».

Dans un de ses articles, il argue que les policiers donnent si peu d'information sur ces sites qu'il est impossible de savoir ce qui constitue une nouvelle. Il ajoute par courriel : « Les services de police régurgitent, au mieux, les mêmes renseignements sur Twitter et Facebook que dans leurs communiqués envoyés par voie électronique. »

L'OBJET DES *TWEETS*

Peu importe l'opinion des journalistes, les policiers continueront d'utiliser les médias sociaux. Bill LePere, chef de police à Lakeland (Floride), a été un des pionniers de l'utilisation des médias sociaux dans le milieu policier.

« Nous croyons que le service de police a l'obligation de renseigner la collectivité par tous les moyens mis à sa disposition », a dit le chef LePere aux journalistes de CNN.

Un examen des publications par la police dans des sites de médias sociaux a toutefois révélé que les messages urgents sur la sécurité publique sont assez rares. On y trouve davantage d'information sur des activités à venir, notamment des colloques sur la prévention du crime. De nombreux services de police utilisent souvent Twitter et Facebook pour féliciter des agents ayant reçu des prix ou aidé à élucider des crimes. Les policiers accusent depuis longtemps les médias de ne pas prêter attention à ce genre de nouvelles.

Certains services de police se servent de Twitter et de Facebook pour répondre avec vigueur aux critiques et d'autres, pour corriger des faits erronés rapportés par les médias.

LES NOUVEAUX MÉDIAS ET LES MÉDIAS TRADITIONNELS

Après s'être plaints du filtre des médias pendant des décennies, bien des cadres policiers adhèrent avec enthousiasme aux médias sociaux pour contourner le journalisme traditionnel. De plus, dans le contexte d'austérité actuel, les logiciels libres présentent un autre avantage : ils sont très peu coûteux. De nombreux services de police publient maintenant leurs communiqués et leurs bulletins en premier lieu sur Facebook. Certains visionnent des conférences de presse en direct sur Internet. Et l'utilisation de Twitter par les services de police et les agents est en plein essor.

Certains gestionnaires craignaient que la publication de mises à jour sur des sites de médias sociaux exigerait beaucoup de temps, mais le problème ne se pose pas vraiment.

Selon un sondage mené en 2010 par l'IACP auprès de plus de 700 organismes de sécurité publique, 80 % des répondants ont dit consacrer moins de cinq heures par semaine à la mise à jour d'information sur des sites de médias sociaux et seulement 2 %, plus de 24 heures. Les deux tiers environ des organismes faisaient appel à un officier d'information, à un chef de police ou à un membre du personnel de commandement pour effectuer cette tâche.

« Les policiers se rendent compte qu'ils n'ont plus besoin de passer par les médias traditionnels pour transmettre leur message »,

explique Lauri Stevens, experte-conseil de Boston spécialisée dans le recours aux médias sociaux par les policiers.

En 2009, elle a travaillé avec le Service de police de Bellevue, au Nebraska, qui est devenu un chef de file parmi les petits services en matière de médias sociaux.

Jayme Krueger, coordonnatrice de la police communautaire, a pour tâche d'écrire des *tweets* pour le service, qui compte une centaine de policiers, et encourage ceux-ci à faire de même.« Il s'agit d'un excellent outil de communication avec le public, tant pour les policiers que pour le personnel administratif », estime-t-elle.

Les crimes violents sont rares à Bellevue, et les *tweets* des policiers portent généralement sur la circulation. Sur Twitter et Facebook, Mme Krueger écrit souvent sur des œuvres ou des programmes caritatifs communautaires, notamment l'école de police pour adolescents.

« Les deux sites se complètent, explique-t-elle. Twitter est utile pour publier de courts avis. Facebook est un outil efficace pour faire des annonces et échanger avec les citoyens. »

Elle dit ne pas rédiger de communiqués sur bon nombre des sujets faisant l'objet de ses *tweets*, car les médias se renseignent sur Facebook et Twitter. « Le recours à ces outils a sans aucun doute amélioré nos relations avec les médias, qui n'ont plus besoin de nous appeler pour obtenir des nouvelles, conclut Mme Krueger. Nous pouvons transmettre le message que nous voulons. »

DES *TWEETS* QUI FAVORISENT L'ÉTABLISSEMENT DE RELATIONS

Une dizaine de policiers de Bellevue participent régulièrement au flux de nouvelles sur Twitter au moyen de leur téléphone intelligent. Ils écrivent le plus souvent sur des sujets courants qui peuvent donner lieu à des échanges avec des résidents, voire à l'établissement de relations. L'un des microblogues Twitter les plus suivis en Amérique du Nord est celui du serg. Tim Burrows, humble officier de la circulation à Toronto. Le Service de police de Toronto a beaucoup recours aux médias sociaux : son fil Twitter est suivi par 12 000 personnes et présente des mises à jour sur des nouvelles de dernière heure, de l'information sur des activités parrainées par le service et des anecdotes d'intérêt local. Le serg. Burrows, suivi par 8 500 personnes, a écrit plus de 10 000 fois sur le fil Twitter ces deux dernières années, parfois jusqu'à dix fois par heure. Il s'intéresse surtout à la circulation, à la météo et… aux connaissances musicales des abonnés.

Il semble avoir la cote vu les nombreux remerciements reçus sur son fil Twitter.

RIEN NE VAUT UNE POIGNÉE DE MAIN

En janvier 2011, les autorités d'un village de Cape Cod (Massachusetts) ont annoncé qu'elles se serviraient de médias sociaux, ce qui a fait réagir un scribe d'un journal local : « L'époque où les policiers faisaient leurs rondes à pied, saluaient les commerçants et discutaient avec les résidents est révolue. Les policiers de Yarmouth croient cependant que la technologie donne un sens plus large à la communauté et que les médias sociaux peuvent s'avérer aussi efficaces aujourd'hui pour échanger avec les citoyens. »

Facebook and Twitter peuvent-ils remplacer les contacts humains entre policiers et citoyens?

Absolument pas, de répondre l'experte-conseil Christina M. Miller, dirigeante d'une entreprise de communication de la Caroline du Sud. Ancienne journaliste, elle a écrit pendant sept ans sur la technologie pour des publications d'organismes d'application de la loi.

« Aucun média social ne peut remplacer une poignée de main, affirme-t-elle. Rien ne vaut le contact en personne, et le chef de police qui croit pouvoir remplacer cela par des médias sociaux commet une grave erreur. »

Selon Mme Miller, la place de plus en plus grande des médias sociaux dans le milieu policier serait le prolongement d'un processus qui a commencé il y a un siècle, à l'époque où les agents ont accru leur mobilité grâce aux véhicules-radio.

Or, les vitres teintées des voitures de police ont isolé les agents. On a voulu remédier à cette inaccessibilité il y a 15 ans par la multiplication des services préventifs de police communautaire, qui rappelaient la propension des policiers d'autrefois à résoudre les problèmes.

L'utilisation vigilante et intelligente des médias pourrait s'avérer le nouvel outil d'établissement de relations entre les policiers, le public et les médias… offrant ainsi un monde de possibilités. ■

David J. Krajicek est un ancien journaliste et un auteur spécialisé dans les véritables affaires criminelles de New York. Ses plus récents ouvrages sont Murder, American Style: 50 Unforgettable True Stories About Love Gone Wrong *et* True Crime Missouri: The State's Most Notorious Criminal Cases*, et le livre électronique* Death By Rock 'n' Roll.

LA GRC ÉLARGIT SA PORTÉE

Les comptes Facebook, Twitter et YouTube lancés par la GRC en 2009 se sont depuis révélés efficaces pour diffuser de l'information et promouvoir le site Web général.

Cynthia Misener, agente principale du Web pour les médias sociaux, affirme que Facebook a amené davantage de personnes à consulter le site Web général durant le mois de la prévention de la fraude que par le passé. Facebook rivalise avec Google lorsqu'il s'agit d'aiguiller les internautes vers le site de la GRC.

Selon Chris Power, gestionnaire par intérim des Nouveaux médias à la DG de la GRC, l'équipe Web adapte le contenu selon leurs intérêts.

La page nationale Facebook propose des reportages et des conseils utiles comme les articles visant la prévention de la fraude; le compte Twitter, lui, est utilisé pour diffuser des liens vers des communiqués. Dans YouTube, on trouve des extraits de la série documentaire *Courage en rouge* ainsi que des entrevues et des vidéos d'autres secteurs de la GRC.

Conformément aux normes strictes de conception et d'affichage du gouvernement du Canada, tout ce qui est affiché dans les sites de médias sociaux doit aussi se trouver sur la page Web nationale.

À ce jour, cinq provinces ont leur propre page Facebook en français et en anglais et sept divisions ont des comptes Twitter. M. Power affirme que les Nouveaux médias tentent de rester à jour en matière de technologie.

Il note aussi qu'il s'agit d'une exigence du gouvernement et qu'il faut pouvoir s'adapter facilement et être ouvert à l'innovation pour mieux communiquer avec le public. « Le fait de ne pas utiliser les médias sociaux est bien plus risqué que l'autre option, soit de ne pas établir de liens et de communiquer avec un public si vaste. »

— Sigrid Forberg, à l'aide des dossiers de Mallory Procunier

Au cours des 60 dernières années, les changements technologiques ont façonné la perspective de chaque génération. Les services de police doivent être conscients de ces écarts et comprendre la façon de les aborder.

CONSCIENCE DE L'ÉCART ENTRE LES GÉNÉRATIONS

LES POLITIQUES DE MÉDIAS SOCIAUX, UNE QUESTION D'ÂGE ET D'ATTITUDE

Par Valerie Van Brocklin

Voici le problème. D'une part, nous avons des policiers, victimes innocentes sur l'autoroute de l'information, qui mettent fin à leur carrière, ou font l'objet de mesures disciplinaires, parce qu'ils ne sont pas conscients de la frontière nécessaire entre leur vie privée en ligne et leur vie publique d'agents de la paix.

D'autre part, nous avons des services de police dépourvus de lignes directrices sur les médias sociaux qui pourraient guider leurs membres tandis que ceux-ci naviguent dans un monde en ligne en évolution constante, et qui a toujours une longueur d'avance sur la législation et les jugements des tribunaux.

En outre, les politiques n'ont pas su évoluer avec la technologie et la perception fluctuante des frontières du monde virtuel.

LA RACINE DU PROBLÈME

On constate un écart entre les générations quant à la façon de voir la confidentialité en ligne. Pour élaborer des politiques pertinentes en matière de médias sociaux, les services de police doivent être conscients de ces écarts et comprendre la façon de les aborder.

À deux ou quatre ans près, selon l'expert consulté, voici la répartition des quatre générations présentes dans les milieux de travail :

- la génération silencieuse : 65 ans et plus
- les baby-boomers : de 46 à 65 ans
- la génération X : de 32 à 45 ans
- la génération Y : 31 ans et moins

Compte tenu de l'évolution de la technologie au cours des 60 dernières années, il n'est pas surprenant de constater les écarts entre les générations – non seulement dans la façon dont chaque génération utilise la technologie, mais dans la manière dont les changements technologiques ont façonné la perspective de chaque génération.

Les gens de la génération silencieuse ont grandi avec les radios à cristal et les téléphones à cadran; les baby-boomers, avec la télévision et les téléphones à clavier; les gens de la génération X, avec les téléphones cellulaires et Internet; les jeunes de la génération Y, des préados et ados, avec les téléphones intelligents et les médias sociaux. Tous se retrouvent ensemble dans le même environnement de travail.

UNE TECHNOLOGIE QUI ÉVOLUE À PAS DE GÉANTS

Essayez d'expliquer la notion de ligne partagée à une personne dont le premier téléphone était un appareil intelligent. Différentes familles partageaient une ligne téléphonique. Chaque famille avait sa sonnerie distincte.

Les appels destinés à une famille faisaient sonner le téléphone des autres qui partageaient la ligne. Et le téléphone était branché au mur et ne pouvait servir qu'à recevoir ou à faire des appels vocaux.

Et la plupart des baby-boomers, y compris votre humble serviteur, se rappellent avec nostalgie l'odeur de la polycopieuse – cette presse à prix modique qu'est venue remplacer la photocopieuse – et son encre pourpre.

Par contre, je n'ai toujours pas gazouillé sur Twitter, quoique la limite de 140 caractères soit une perspective très séduisante pour moi.

LES RÉACTIONS ENVERS LA TECHNOLOGIE

Toutes les générations ont vécu les changements de la technologie, mais leurs réactions peuvent différer.

En 2010, les membres de la génération Y excédaient en nombre les baby-boomers et 96 pour cent de la génération Y avait rallié un réseau social. Le courriel est devenu désuet. Dans le passé, les étudiants vérifiaient leurs courriels en douce durant leurs cours ou dépassaient les minutes d'appel mensuelles sur le forfait cellulaire familial. Aujourd'hui, utiliser un téléphone pour faire des appels ou échanger des courriels est passé de mode pour de nombreux jeunes.

Bryan Thornton, étudiant à l'université, âgé de 24 ans, n'a pas vérifié ses courriels depuis une semaine; il déclare : « avec l'envoi de messages textes et Twitter, le courriel perd tout intérêt. Avant, je les vérifiais tout le temps, maintenant j'ai plus de 1000 messages non lus dans ma boîte postale. Si quelqu'un veut communiquer avec moi instantanément, il n'a qu'à m'envoyer un texte. »

En décembre 2010, selon *Online Social Networking and the Generation Gap*, un projet de vidéo sur YouTube, Facebook comptait 515 millions d'utilisateurs; MySpace, 185 millions; Twitter, 175 millions et Friendster, 90 millions. Seules la Chine et l'Inde ont une population supérieure à Facebook.

Considérons ensuite le taux de croissance. Facebook a gagné 100 millions d'utilisateurs en moins de neuf mois. Il a fallu aux É. U. 10 ans pour voir leur population grandir de moins de 28 millions, tandis que le Canada a mis plus de 40 ans avant de voir sa population doubler.

Le réseautage social constitue désormais l'activité numéro un dans Internet. Il change la façon dont nous communiquons entre nous, comment nous abordons la famille, les amis, l'éducation, la politique, le travail, la culture, l'actualité et l'histoire. Et même la manière dont nous traitons l'information. Et chaque génération a réagi différemment à son influence.

Ceux qui ont découvert Internet à l'âge adulte continuent de considérer celui-ci comme une source d'information et un moyen pratique d'accomplir différentes tâches. Les moteurs de recherches nous permettent de rechercher rapidement de l'information. Nous utilisons Internet pour faire des transactions bancaires et des emplettes.

Ceux qui ont grandi avec Internet, s'en servent surtout pour les loisirs, comme le réseautage social, regarder des vidéos en continu et télécharger de la musique et des jeux.

Ceux qui ont grandi à l'ère des réseaux sociaux ont une notion différente de la confidentialité par rapport à ceux qui n'ont pas connu ce mode. Ces derniers seront moins sensibles à l'attrait de publier des données personnelles, voire banales dans un site Web comme Facebook.

Mais ceux qui ont grandi avec l'habitude de communiquer de tels renseignements y voient un moyen divertissant de rester en contact avec leurs amis et un mode d'expression – un peu comme porter les cheveux longs, fumer de la drogue et écouter du rock étaient, pour les baby boomers, un moyen de choquer leurs parents.

VIE PRIVÉE ET VIE PUBLIQUE

Dans un article du *New York Magazine* concernant l'influence des réseaux sociaux sur la façon dont chaque génération considère la vie privée, Emily Naussbum se penche sur (trad.) « le flot quotidien, routinier et incessant de documentation qui s'immisce dans la vie des jeunes aujourd'hui… Le changement influe sur pratiquement tous les aspects de la vie des jeunes. »

Pour illustrer cet argument, Mme Naussbum a interviewé des touristes de Kansas City en visite à New York. Elle s'est notamment entretenu avec un père, sa fille de 15 ans et deux de ses amies.

Les trois filles ont dit avoir eu un ordinateur dès la troisième année, toutes aujourd'hui ont Facebook et, effectivement, elles affichent des photos prises lors de fêtes.

Par contre, Papa se dit déconcerté lorsque Mme Naussbum lui demande s'il a une page Web. Il ne voit aucune raison d'en avoir une. Il ne sait même pas comment consulter le profil de sa fille dans Facebook.

De telles divergences d'opinion donnent lieu à des perspectives fort différentes sur le monde. Devant l'avertissement qui leur est fait qu'afficher des renseignements personnels en ligne pourrait les rendre vulnérables face aux harceleurs et aux prédateurs, les jeunes répondent que c'est un peu comme avertir quelqu'un de ne pas déménager dans une grande ville par crainte d'être victime d'un vol avec agression.

UNE PERSPECTIVE DU MONDE DISTINCTE

Chaque génération estime que sa perspective du monde est exacte et juste sur le plan moral. Ce n'est pas la réalité. C'est simplement sa perspective – façonnée par ses expériences initiatiques dans un monde en évolution constante. Ainsi, les baby-boomers croient que les amis virtuels ne sont pas de vrais amis. Ils voient du narcissisme et un besoin criant d'attention dans les pages de profils personnels, alors que les jeunes y voient de la connectivité et une communauté.

Si les générations plus âgées se demandent pourquoi quelqu'un voudrait afficher de l'information personnelle, voire banale dans Internet, pour les jeunes de la génération Y, c'est aussi naturel que d'envoyer des cartes postales.

Jim Pasco, directeur exécutif de la National Fraternal Order of Police américaine, a déclaré : (trad.) « Si vous affichez quelque chose dans Facebook, ce devrait être quelque chose qu'il ne vous surprendrait pas de voir dans un journal. »

C'est une réaction courante, particulièrement chez ceux qui obtiennent leurs nouvelles en lisant le journal.

Pour les personnes plus jeunes, l'analogie du journal apparaît complètement dépassée et témoigne d'une incompréhension de la technologie et des communications modernes. Des renseigne ments communiqués de façon privée – pour les gens qui ont grandi avec Internet – demeurent confidentiels. Pour les gens de la jeune génération qui affichent leurs pensées intimes dans un blogue ou qui transmettent des sextos, ces modes s'apparentent au journal intime et aux lettres d'amour de leurs prédécesseurs.

SOLUTION

Pour élaborer des politiques en matière de réseaux sociaux qui soient pertinentes et pragmatiques, les services de police doivent inviter les agents de la jeune génération à participer aux débats.

Ce qui sera jugé valable sur le plan légal ne devrait pas être le point de départ, ni l'objectif final de telles politiques. C'est le dialogue intergénérationnel qui compte. Rappelons que les tribunaux sont toujours en retard face aux changements dont il est question ici. De plus, l'évolution du contexte est une constante dont les services de police doivent tenir compte. L'environnement social aura toujours une longueur d'avance sur les tribunaux et les lois.

Les services de police doivent surveiller les tendances, notamment les applications, les médias et les logiciels qui gagnent en popularité. Raison de plus pour inviter les jeunes agents à participer à l'élaboration et à l'actualisation des politiques de réseaux sociaux de leur service. Ce sont eux qui créent les tendances.

Mais la principale raison de mobiliser les recrues et les jeunes agents, c'est qu'ils constituent un pont entre les générations, aptes à créer des politiques concrètes, pertinentes et dynamiques. Autrement, le fossé entre les générations ne fera que s'approfondir, et les victimes de l'autoroute de l'information se feront encore plus nombreuses. ■

Chroniqueure à www.officer.com *et à* www.lawofficer.com, *Val Van Brocklin est formatrice et auteure dont les travaux comme poursuivante ont retenu l'attention de l'émission* Primetime Live, *sur* ABC, *de la série* Justice Files *du canal* Discovery, *et de* USA TODAY. *Pour plus de renseignements, visiter www.valvanbrocklin.com.*

C. Elsevier Pubic Safety 2011.

POUR PLUS D'ARTICLES D'ACTUALITÉ ET EN MATIÈRE DE FORMATION, VISITER WWW.LAWOFFICER.COM.

ÉTABLISSEMENT D'UNE STRATÉGIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

EXPÉRIENCE VÉCUE AU SERVICE DE POLICE DE TORONTO

Par Meaghan Gray, Service de police de Toronto

Jusqu'à l'an dernier, en ce qui concerne les médias sociaux, le Service de police de Toronto (SPT) se trouvait exactement dans la même situation que les autres grandes organisations. L'arrivée de nouveaux employés qui avaient grandi dans le monde numérique et l'augmentation de la demande des consommateurs concernant les nouveaux moyens de communication l'ont incité à examiner comment il pouvait aller de l'avant dans un monde technologique plus avancé.

En septembre 2010, le SPT a pris une mesure importante à cet égard, lorsque le sous-chef Peter Sloly a décrété que l'établissement d'une stratégie sur les médias sociaux était une priorité. Cet engagement a donné au SPT l'appui et les ressources nécessaires pour évaluer sa position face aux médias sociaux, déterminer son orientation future, les moyens à prendre et la façon de mesurer les progrès.

LES DÉBUTS

Avant 2010, le SPT n'avait pas complètement accepté l'idée que le recours aux médias sociaux pouvait être le complément de ses efforts en matière de communication. Heureusement, quelques policiers du service s'occupaient de tailler une place au service au sein des médias sociaux, et ce, avec des résultats très positifs.

En 2004, l'agent Scott Mills, policier de la première ligne et personne-ressource dans l'une des plus grosses écoles de Toronto située dans un quartier multiculturel, a commencé à utiliser des bavardoirs et des forums pour rencontrer les élèves et établir des rapports avec eux. Lorsqu'il est allé travailler à Échec au crime, l'agent Mills s'est servi de cette expérience pour utiliser les médias sociaux afin de resserrer les liens avec la collectivité, ce qui s'est traduit par une augmentation radicale du recours à Échec au crime.

En 2009, le sergent Tim Burrows a transformé un intérêt passager pour les médias sociaux pour améliorer la façon de mobiliser les citoyens afin de les sensibiliser à la sécurité routière, en créant une présence sur des médias sociaux, tels que Twitter, Facebook, Youtube et au moyen d'un blog sur la circulation, qui a non seulement élargi son auditoire, mais a également suscité une « conversation » bien nécessaire sur d'importantes questions de sécurité routière.

Les collègues policiers et les experts en médias sociaux considèrent que le SPT fait figure de pionnier dans ce domaine. Par conséquent, face à ce succès, il n'était pas surprenant que d'autres secteurs du SPT commencent à se tourner vers les médias sociaux pour différentes raisons, y compris la collecte d'informations et de renseignements, la mobilisation de la collectivité et le filtrage des employés éventuels. L'utilisation des médias sociaux a rapidement pris de l'ampleur au sein du SPT, mais il n'existait pas de politique, de formation, de leadership organisationnel ni de moyen efficace de mesurer ou d'évaluer les efforts.

CE SERVICE DE POLICE A ÉGALEMENT RECONNU QUE, EN UTILISANT DAVANTAGE LES MÉDIAS SOCIAUX, IL ALLAIT ACCROÎTRE SON ENGAGEMENT ENVERS LES CITOYENS.

ÉTABLISSEMENT D'UNE ORIENTATION

Pour commencer à jeter les bases de la nouvelle stratégie sur les médias sociaux, le SPT a mis sur pied une équipe de projet, qui a fait appel à un expert en stratégies sur les médias sociaux relativement à l'application de la loi.

L'une des priorités consistait à dresser une liste des services ou divisions du SPT, pour lesquels les médias sociaux seraient utiles et qui en deviendraient les principaux utilisateurs.

On a donc dégagé 27 services, y compris toutes les divisions assurant des services de première ligne et certains groupes dont le mandat était clair au chapitre de la sensibilisation des citoyens et de la prévention criminelle, tels que la sécurité publique et la gestion des urgences, les communications, la mobilisation de la collectivité et les services de la circulation. Ces services regroupent environ 200 employés qui allaient créer leurs propres comptes dans des médias sociaux ou contribueraient activement à la présence de l'organisation dans les médias sociaux.

Dans ces services ou divisions, on a relevé certains postes (tels que les policiers qui servent de personnes-ressources dans les écoles, les agents de la prévention criminelle, les agents d'intervention communautaire et les agents de la circulation) pour agir à titre d'ambassadeur des médias sociaux. Les policiers occupant ces postes communiquent régulièrement avec les citoyens sur des questions et des sujets déterminants, et c'est pourquoi ils sont les mieux placés pour utiliser les médias sociaux pour mobiliser la collectivité.

Le SPT a reconnu qu'il était essentiel que ses membres acceptent cette stratégie pour la croissance à court terme du projet et son succès à long terme. Par conséquent, l'équipe du projet a communiqué dès le départ avec les personnes retenues pour évaluer leur intérêt et leurs connaissances en ce qui concerne les médias sociaux.

Ce service de police a également reconnu que, en utilisant davantage les médias sociaux, il allait accroître son engagement envers les citoyens. C'est pourquoi il leur a demandé leurs rétroactions pour déterminer ce qui ne fonctionnait pas et ce qu'il fallait améliorer relativement à sa présence au sein des médias sociaux.

Le SPT a envoyé des sondages à un échantillon de citoyens choisis au hasard, a créé un sondage sur les médias sociaux intitulé « Have Your Say » sur son site Web, a ajouté des questions portant sur les médias sociaux dans les sondages distribués annuellement aux élèves et aux enseignants et a inclus des questions sur les médias sociaux dans les discussions des groupes de consultation qui ont eu lieu dans certaines collectivités de la ville parmi les plus vulnérables.

Ces sondages communautaires ont non seulement fourni une orientation claire sur les attentes à l'égard de la stratégie sur les

médias sociaux du SPT, mais ont également aidé à déterminer les niveaux de référence pour mesurer la stratégie au fur et à mesure de son évolution.

LA STRATÉGIE ACTUELLE

Après des travaux d'élaboration d'une durée de 18 mois, le SPT a lancé sa stratégie sur les médias sociaux en août 2011. Parmi les éléments clés de cette stratégie, on dégage des modalités sur l'utilisation des médias sociaux comme outil de communication, qui fournissent un cadre que les policiers doivent suivre pour obtenir la permission officielle d'utiliser les médias sociaux pour le compte du service de police.

Cette stratégie comprend également un cours de trois jours sur les médias sociaux qui a été donné à tous les ambassadeurs et sera offert au besoin, lorsque le SPT lancera sa stratégie pour 2012.

Ce cours donne tout d'abord un aperçu de la stratégie de communication du SPT et des modalités d'utilisation des médias sociaux. Ensuite, on consacre deux jours à la pratique, pendant lesquels les membres apprennent à utiliser les médias sociaux approuvés par le SPT, puis à créer leurs propres comptes et à établir les niveaux de protection nécessaires pour préserver les informations personnelles.

La stratégie prévoit également qu'on présente une image uniforme de l'organisation. On y explique la promotion de l'image de marque, y compris les règles sur l'affectation des noms, les détails biographiques, les conditions d'utilisation et les exonérations, ainsi que les liens avec Échec au crime. Il s'agit là d'éléments nécessaires pour tous les comptes sur les médias sociaux liés au SPT.

Grâce à la promotion de l'image de marque, tous les profils du SPT sont faciles à reconnaître comme étant des représentations professionnelles de l'organisation.

Le SPT a également élaboré une politique sur le filtrage en ligne des nouvelles recrues, qui permet aux services d'examiner les profils des aspirants policiers dans les médias sociaux pendant le processus de sélection, tout en respectant les droits des postulants.

LES MÉDIAS SOCIAUX AU TRAVAIL

Toutes les fins de semaine, on affiche dans les médias sociaux les coordonnées des policiers affectés à certains crimes précis. En outre, on donne régulièrement sur les comptes officiels du Service de police de Toronto dans Twitter, Facebook et Youtube, des conseils en matière de prévention criminelle, par exemple comment envoyer anonymement des informations à Échec au crime, par téléphone, en ligne, par message texte et par téléphone intelligent.

On y présente également un certain nombre de vidéos contenant des messages sur la prévention criminelle, y compris la sensibilisation aux agressions sexuelles et leur prévention. Grâce à des appels concernant des personnes disparues, particulièrement des personnes vulnérables souffrant de problèmes mentaux ou d'autisme, on a réussi à retrouver des personnes saines et sauves. Avant le Sommet du G10 qui a eu lieu en 2010 à Toronto, le SPT a publié plusieurs vidéos dans les médias sociaux et a utilisé ses comptes pour informer le public des plans concernant le maintien de l'ordre.

Un nouveau cadre de mesure du rendement permettra au SPT de déterminer l'efficacité de la stratégie et de ces initiatives, ainsi que d'établir dans quelle mesure il a atteint ses buts à long terme à cet égard.

Le SPT s'est fixé comme but d'accroître la sensibilisation communautaire et d'améliorer l'engagement de la collectivité, ce qu'il pourra mesurer en faisant le suivi du nombre d'amis et d'abonnés des sites du SPT dans les médias sociaux.

Cependant, l'intégration d'un outil de mesure qualitatife et quantitatife prendra un certain temps. Selon les statistiques sur la criminalité, on remarque une diminution importante des crimes violents, tels que les homicides, mais il est trop tôt pour l'attribuer à l'utilisation des médias sociaux.

REGARD SUR L'AVENIR

La plupart des policiers contribuent activement à la stratégie, mais elle ne convient pas à certains, et cela ne fait pas problème

Cette stratégie ne s'intéresse pas au nombre de citoyens qui savent utiliser les médias sociaux, elle met plutôt l'accent sur l'impression que les citoyens ont de la police et de leur propre sécurité à cause des médias sociaux.

Si le SPT réussit à utiliser les médias sociaux pour diffuser des conseils sur la prévention criminelle, fournir des informations précises et à jour sur des menaces légitimes à la sécurité de la collectivité et mobiliser les citoyens en répondant aux questions et aux préoccupations au moyen de conversations mutuellement respectueuses, alors la stratégie aura répondu aux attentes.

On ne connaît pas encore les effets à long terme de cette stratégie, mais le SPT demeure optimiste. Le succès connu jusqu'à présent est attribuable aux efforts de tous les niveaux de l'organisation.

Grâce au soutien et au leadership de la direction, qui s'ajoutent à l'esprit d'innovation et aux expériences des membres qui se sont consacrés à l'élaboration de ce projet, le SPT est bien placé pour mettre en oeuvre une stratégie efficace qui révolutionne la collaboration et les communications du service avec les citoyens. ■

Le chef adjoint Peter Sloly vérifie son téléphone intelligent dans la salle de classe du Toronto Police College où le Service de police de Toronto a lancé sa nouvelle stratégie sur les sites Web et les médias sociaux lors d'une conférence de presse diffusée en direct sur Internet.

Cpl. Scott Mills, Service de police de Toronto

DU TRAUMA À LA TÉLÉVISION

UN CONSEILLER TECHNIQUE VEUT CHANGER LES PERCEPTIONS DU TSPT

Dès le début de sa carrière policière, l'agent-détective Jim Bremner du Service de Police de Toronto a été attiré par les fonctions spécialisées de l'équipe tactique d'intervention. Il a vite gravi les échelons de son corps policier, mais en 1999, meurtri sur le plan émotif, il a touché le fond du baril. Comme il l'explique à Sigrid Forberg de la Gazette*, le retour à la santé lui a fait prendre des détours intéressants, lui offrant notamment l'occasion de travailler comme conseiller technique à l'émission* Flashpoint*, diffusée sur les ondes de CBS/CTV, et de participer à la rédaction d'un livre intitulé* Crack in the Armor: a police officer's guide to surviving post traumatic stress disorder.

Michael Gibson

(À partir de la gauche) Enrico Colantoni, gend.-dét. Jim Bremner et Hugh Dillon sur le plateau de l'émission de télévision canadienne *Flashpoint*.

QUEL EST LE BUT DE VOTRE LIVRE?

C'est un genre de guide pour les nombreux autres policiers qui souffrent du trouble de stress post-traumatique (TSPT), un problème qui fait les nouvelles au moins deux fois par mois et qui touche beaucoup la collectivité policière. Qu'ils soient affectés à une équipe tactique ou à la sécurité routière, les policiers voient souvent l'effet de la violence sur le corps humain, une réalité à laquelle notre cerveau n'est tout simplement pas équipé pour faire face. Il en découle un stress post-traumatique qui peut devenir chronique s'il n'est pas soigné.

AVEZ-VOUS ÉTÉ TRAUMATISÉ PAR UN INCIDENT PARTICULIER?

C'est plutôt le résultat d'une accumulation. En 1999, l'unité des enquêtes spéciales s'est penchée sur quatre interventions de notre équipe en l'espace de six mois, ce qui a été très éprouvant. Trois de ces interventions concernaient des fusillades, dont deux s'étaient produites dans un intervalle de deux jours. Je ressentais les effets de centaines d'autres interventions, mais ces quatre incidents rapprochés ont fait déborder le vase. Et puis nous vivons tous des problèmes personnels, par exemple avec notre famille. Ça finit par être trop pour une seule personne.

COMMENT VOUS ÊTES-VOUS RENDU COMPTE QUE VOUS ÉTIEZ TRAUMATISÉ?

J'imagine que je savais que ça n'allait pas parce que je buvais de plus en plus, au point de perdre connaissance parfois et de dormir dans la rue. Ce n'était pas beau. Des accusations de conduite avec facultés affaiblies m'ont finalement fait aboutir dans un programme de désintoxication grâce auquel j'ai pu reprendre le dessus. Mais la descente aux enfers a pris environ quatre ans.

QUAND AVEZ-VOUS ENTREPRIS D'ÉCRIRE VOTRE LIVRE?

J'ai commencé la rédaction vers 2005, pendant ma cure. Je trouvais dommage que personne ne parle de ce problème. Il me semblait injuste de laisser tomber tous ceux qui en souffraient. J'en ai donc touché un mot au Dr Sean O'Brien, avec qui j'ai fait connaissance pendant mon rétablissement, pour voir s'il avait envie de m'aider à donner des conférences ou à écrire sur le sujet. C'est ainsi que nous avons rédigé un premier article sur le TSPT dans le milieu policier *(PTSD and the Police*), qui a depuis été publié dans plusieurs revues policières. Nous avons ensuite présenté quelques exposés, et notre initiative a pris de plus en plus d'ampleur.

À un moment donné, je me suis aperçu que le journal intime tenu pendant ma désintoxication renfermait assez de matière pour servir de base à un livre. Connie Adair, l'une des scénaristes de l'émission *Flashpoint*, à laquelle je travaillais à l'époque, m'a aidé à organiser le tout. J'ai aussi obtenu le point de vue d'anciens collègues et de ma femme. Quand d'autres policiers ou leurs proches liront le livre, peut-être qu'il les aidera à mettre le doigt sur un problème qui touche quelqu'un dans leur vie.

COMMENT EN ÊTES-VOUS ARRIVÉ À COLLABORER À *FLASHPOINT*?

Les concepteurs m'ont appelé parce qu'ils voulaient parler à un policier qui avait été impliqué dans une fusillade. Je ne savais vraiment pas ce que j'allais dire. Quand je les ai rencontrés et que je leur ai raconté comment ma vie avait dérapé, ma candeur les a tellement renversés qu'ils ont décidé de changer l'orientation de l'émission pour faire valoir le coût humain du travail policier plutôt que juste le côté palpitant des interventions tactiques. Bien que l'aspect opérationnel occupe encore une grande place dans l'émission, on voit aussi les problèmes que vit chaque personnage. Je pense que c'est ce qui attire les téléspectateurs.

POURQUOI AVOIR VOULU COLLABORER À UNE ÉMISSION TÉLÉVISÉE À TITRE DE CONSEILLER TECHNIQUE?

La proposition est arrivée à point nommé. Les concepteurs voulaient savoir comment on se sent après une fusillade, et moi, je sortais d'une cure. En 2004, je ne faisais plus partie de l'équipe tactique, et l'émission m'a redonné le sentiment de collaborer à quelque chose. Sans compter qu'elle m'a aidé à tourner la page et m'a servi d'inspiration à un moment crucial. C'était vraiment un beau concours de circonstances. Je ne suis pas parti avec l'idée de travailler comme conseiller technique à la télé. C'est arrivé de fil en aiguille, à travers la relation que je cultivais avec les concepteurs de l'émission. Et puis il a fallu expliquer aux acteurs comment manipuler les armes, où se tenir, quel air ils devaient avoir et comment s'exprimer. Tout s'est enchaîné.

À QUEL POINT ESSAYEZ-VOUS DE CONTRIBUER AU RÉALISME DE L'ÉMISSION PAR VOTRE RÉTROACTION?

J'essaie de faire en sorte que l'aspect humain soit aussi réaliste que possible. Je décris comment on se sent quand on appuie sur la gâchette et combien la suite de ce geste est difficile à vivre. J'explique aux acteurs l'effet que ce genre de situation a eu sur ma propre vie pour qu'ils puissent en avoir une idée. C'est loin d'être facile; ça soulève des dilemmes moraux sur le coup et longtemps après.

EST-IL IMPORTANT D'HUMANISER LES PERSONNAGES POLICIERS DANS CE GENRE D'ÉMISSION?

Absolument. Ça facilite énormément nos relations avec le public. Je ne sais pas pourquoi, mais on hésite à laisser paraître sa vulnérabilité. C'était vraiment ça, mon but, avec le livre et l'émission : aider les gens à voir les policiers comme des personnes ordinaires qui ont les mêmes préoccupations qu'eux, sauf qu'ils ont un travail précis à faire.

VOS EXPÉRIENCES ONT-ELLES DÉJÀ SERVI DE TOILE DE FOND À UN ÉPISODE DE L'ÉMISSION?

L'épisode intitulé *Haunting the Barn* était plus ou moins inspiré de mon expérience. L'action se déroulait dans un endroit différent, mais en portant attention, on voit bien qu'il s'agit de moi.

COMMENT VOUS ÊTES-VOUS SENTI EN VOYANT VOTRE PROPRE EXPÉRIENCE PORTÉE À L'ÉCRAN?

C'était un peu irréel par moments, puis j'ai eu le sentiment d'avoir accompli quelque chose, parce que cet épisode particulier a aidé à faire connaître le TSPT. Il faut bien faire comprendre la gravité de ce syndrome, car les problèmes – de consommation, d'alimentation, de jeu – qu'il entraîne masquent une détresse psychologique.

JE DÉCRIS COMMENT ON SE SENT QUAND ON APPUIE SUR LA GÂCHETTE ET COMBIEN LA SUITE DE CE GESTE EST DIFFICILE À VIVRE.

Pendant des années, on a traité ces problèmes individuellement, mais ils découlent toujours d'un traumatisme. Si l'on ne guérit pas ce traumatisme, les comportements nuisibles recommencent parce que la détresse est toujours là.

C'est drôle : on entend souvent parler de l'évaluation psychologique que subissent tous les policiers en début de carrière, mais après, il n'y a aucun suivi. Les nouvelles recrues n'ayant encore jamais rempli de fonctions policières, la plupart d'entre elles n'ont jamais vraiment vécu de traumatisme. À mon avis, ça devrait être comme aller chez le dentiste : tous les six mois, carie ou pas. Si on abordait la santé mentale de cette façon, je pense que les policiers s'en porteraient beaucoup mieux.

SI VOUS POUVIEZ LIVRER UN SEUL MESSAGE AUX GENS EN CE QUI CONCERNE LE TSPT, QUE SERAIT-IL?

Pour chaque policier tué dans l'exercice de ses fonctions, il y en a de trois à huit qui se suicident.

Dans notre milieu, on s'attarde toujours à la culpabilité, à la faute, à la négligence – autant de notions qui impliquent une mauvaise intention. Or ce facteur n'entre pas en jeu dans notre travail : nous tâchons simplement d'intervenir au mieux avec les outils à notre disposition. La vérité, c'est qu'il n'y a parfois aucun moyen d'éviter la violence.

Je pense qu'en acceptant cette réalité, en l'incorporant à la formation et en la faisant comprendre aux gens, on peut changer l'impression laissée par la violence. C'est ce que je vise : changer notre façon de voir les choses. ■

Enrico Colantoni (serg. Gregory Parker), David Paetkau (Sam Braddock) et Amy Jo Johnson (Julianna 'Jules' Callaghan) dans une scène de l'émission *Flashpoint*.

Jan Thijs

À DES LIEUX DE LA TÉLÉRÉALITÉ

L'INFLUENCE DE L'EFFET CSI SUR LES JURÉS, VUE PAR UN SITE WEB

Par Mike O'Berry, U.S. National Forensic Science Technology Center, Largo (Floride)

Si la popularité monstre des dramatiques sur la police scientifique est indiscutable, il y a lieu de s'interroger sur les conséquences de ces téléséries courues sur les décisions des jurés dans un véritable procès.

Pour de nombreux membres de la communauté de justice pénale, la perception des jurés de la nécessité de preuves spécifiques a une incidence sur les décisions qu'ils prennent au tribunal, une hypothèse souvent décrite comme la théorie de l'effet CSI. Selon cette théorie, les attentes des jurés peuvent être influencées par le portrait souvent peu réaliste qu'on donne des sciences judiciaires à la télévision.

Pour tenter d'expliquer cette théorie et aider à gérer les difficultés qu'elle pose, le National Institute of Justice a lancé un site Web interactif, élaboré par le National Forensic Science Technology Center aux États-Unis, dans le but d'examiner la théorie de l'effet CSI et les mythes et réalités concernant la présentation de preuves au tribunal.

Le site, destiné aux fonctionnaires judiciaires, présente les études les plus récentes sur la théorie ainsi que différentes perspectives et constatations d'experts des milieux juridiques.

Selon certains, le volume de dramatiques sur la police scientifique se traduit par une sensibilisation accrue des jurés aux preuves judiciaires.

Comme le souligne l'article intitulé *The CSI Effect : Does It Really Exist*, du *NIJ Journal,* l'indice Nielsen des cotes d'écoute hebdomadaires en 2006 indique que 30 millions de personnes ont regardé la série originale de CSI à Las Vegas, un soir; 70 millions, au moins une des trois séries CSI – notamment les séries dérivées établies à New York et à Miami – et 40 millions, deux autres dramatiques judiciaires, *Without A Trace* et *Cold Case*. En tout, le nombre de téléspectateurs a dépassé les 100 millions.

Ces cotes montrent que cinq des 10 émissions les plus regardées cette semaine avaient trait à la collecte de preuves scientifiques dans des affaires criminelles. La question qui se pose pour les chercheurs sur l'effet CSI consiste à savoir si la prééminence de ces séries se traduit par une partialité accrue chez les jurés potentiels.

« De nombreux téléspectateurs de séries criminelles populaires se présentent à un jury le lendemain sans aucune notion de ce qui se passe réellement dans un laboratoire judiciaire », explique Robert O'Neill, procureur pour le Middle District de Floride, un des spécialistes retenus par le site Web. « Par conséquent, ils peuvent entretenir des attentes irréalistes quant au genre de preuves qui devraient être présentées. Il est vital que les juges et les avocats en soient conscients et déterminent les moyens de gérer cette éventuelle partialité. »

Les séquences vidéo obtenues sur les lieux de crimes, par exemple, apparaissent presque toujours très nettes à la télévision, alors qu'en fait, ce genre d'élément de preuve est presque toujours granuleux et difficile à interpréter. Pour résoudre la difficulté, les poursuivants devront reconnaître d'emblée les limites des preuves et faire appel au discernement des jurés.

À la télévision, l'identification par les empreintes génétiques semble tenir à un simple clic de souris pour apparier un suspect à un échantillon d'ADN.

En réalité, le processus de test et de comparaison est beaucoup plus complexe et fastidieux. Montrer aux jurés à faire la part des choses entre le sensationnel et la réalité permettra à ceux-ci de maintenir des attentes réalistes.

Selon M. O'Neill, dans de nombreux cas, il est désormais nécessaire et de plus en plus courant pour la poursuite et la défense d'exercer une plus grande rigueur dans la sélection et l'entrevue des jurés, de même que dans l'organisation des témoignages d'experts judiciaires.

M. O'Neill, ainsi que d'autres spécialistes de la poursuite, de la défense et de la magistrature expliquent l'importance de constamment expliquer aux jurés – non seulement lors du voir-dire et de la sélection du jury, mais également dans les remarques préliminaires, les dépositions de témoins et le plaidoyer final – que la collecte de preuves et l'instance judiciaire ne se déroulent pas comme à la télévision.

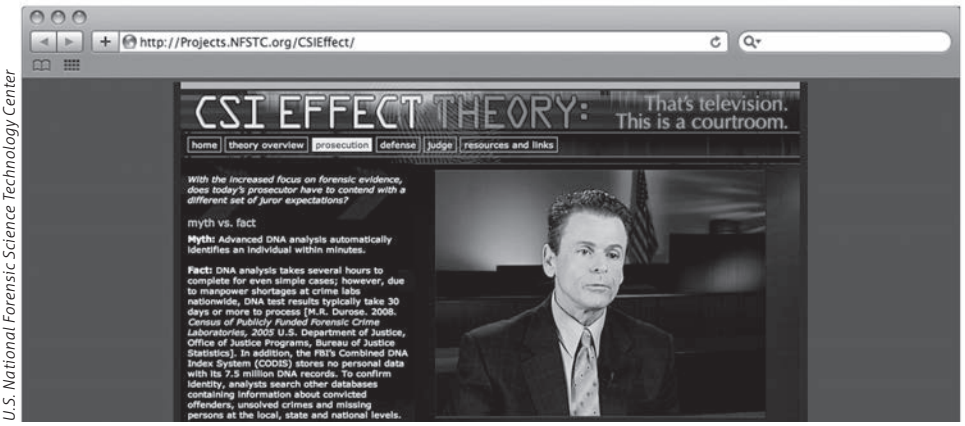
Le site Web affiche aussi des liens à des références additionnelles, notamment : l'application de la technologie dans les enquêtes – instruments, outils et techniques; les enquêtes dans Internet et les réseaux informatiques; ce que tout policier devrait savoir de la preuve génétique et les principes de l'analyse génétique à l'intention des fonctionnaires judiciaires.

Ce site et les ressources citées permettront non seulement aux visiteurs de s'instruire au sujet de la théorie de l'effet CSI et de son influence éventuelle sur les jurés, mais ils seront mieux en mesure de tirer leurs propres conclusions.

Pour plus de renseignements, visiter : http://projects.nfstc.org/csieffect ■

Les opinions, les constatations, les recommandations et les conclusions exprimées dans ce site sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles du département américain de la Justice.

Le National Institute of Justice (NIJ) aux É.-U. a lancé un site Web interactif dans le but d'examiner la théorie de l'effet CSI et les mythes et réalités concernant la présentation de preuves au tribunal.



U.S. National Forensic Science Technology Center

EFFRAYER POUR CONSCIENTISER

UNE CAMPAGNE-CHOC APPREND AUX CONDUCTEURS À S'ATTACHER

Par Mallory Procunier

Les images troublantes affichées sur les panneaux-réclames et les murs des toilettes des deux plus grandes villes de l'Alberta sont éloquentes : « Sans ceinture, qu'est-ce qui vous retient? »

Telle est la question que pose aux Albertains la campagne « Ugly », de l'Alberta Occupant Restraint Program (AORP), qui illustre de manière criante, avec ces images, ce qui peut arriver quand on n'attache pas sa ceinture.

Lancée le 7 octobre 2009, la campagne « Ugly » adresse à la population des affiches et des messages radio sans fard qui ciblent les conducteurs de sexe masculin de 18 à 45 ans.

Deux des images les plus dérangeantes montrent l'une, un visage d'homme éraflé et ensanglanté, et l'autre, un corbillard portant un autocollant « bébé à bord » sur la lunette arrière.

À Edmonton et à Calgary, ces images ont suscité autant d'éloges que de critiques : certains estiment qu'elles sont efficaces et tapent dans le mille, tandis que d'autres sont stupéfaits par leur force visuelle et leur réalisme.

« Les réactions du public nous disaient bien que la campagne portait.

Certains citoyens étaient interloqués par la photo du visage en sang. C'est pourtant loin d'être le pire qui puisse leur arriver », commente l'insp. James Stiles, de la Sécurité routière de la GRC en Alberta, qui participe à la campagne. « À notre point de vue, il y a plus d'effets positifs que négatifs. Ce que nous voulons, c'est que les gens en parlent. »

La campagne « Ugly » comporte des images-choc qui ont suscité autant d'éloges que de critiques.

CERTAINS CITOYENS ÉTAIENT INTERLOQUÉS PAR LA PHOTO DU VISAGE EN SANG. C'EST POURTANT LOIN D'ÊTRE LE PIRE QUI PUISSE LEUR ARRIVER.

EFFETS PERCEPTIBLES

La campagne « Ugly » n'est qu'un des volets de l'AORP, mis sur pied il y a 14 ans et auquel participent des services de police actifs dans la province, les ministères albertains des Transports et de la Santé, Alberta Health Services, Transports Canada, l'Ambulance Saint-Jean et l'Alberta Centre for Injury Control and Research, de l'Université de l'Alberta.

Bon nombre d'études ont été menées pour connaître la proportion d'Albertains utilisant des dispositifs de retenue.

Selon les sondages réalisés, en 1999, seulement 62 % des ruraux avaient l'habitude de s'attacher.

Comme, en Alberta, le fait de ne pas porter de ceinture de sécurité n'entraîne aucun point d'inaptitude, une campagne de sensibilisation directe semblait l'une des seules façons de passer le message.

« Les gens sont d'autant plus disposés à se responsabiliser et à adopter le comportement promu par la campagne que celle-ci est axée sur la communication », affirme Joyce McBean-Salvador, elle aussi engagée dans l'élaboration de la campagne.

« Il nous fallait combiner information du public et mesures policières conséquentes. »

Depuis le lancement de la campagne, l'AORP suit de près le nombre de contraventions distribuées pour défaut de porter la ceinture, mène des sondages et recourt à des groupes de discussion afin de mesurer le succès de l'initiative.

À l'heure actuelle, 92 % des Albertains porteraient la ceinture, mais les responsables n'ont pas besoin de ces chiffres pour constater l'efficacité de la campagne. « Je sais que l'AORP porte fruit, et la campagne "Ugly" y est pour beaucoup, déclare Stiles.

Le nombre d'accidents mortels décline, mais il y a encore des gens qui perdent la vie faute de s'être attachés. »

RECONNAISSANCE INTERNATIONALE

La campagne « Ugly » n'attire pas seulement l'attention des Albertains, mais aussi celle de l'opinion internationale.

La série « corbillard », véhiculée par des panneaux-réclames et des messages radio, a été applaudie lors de la remise des International Safety Media Awards de 2010.

Les messages percutants de l'AORP ont remporté le premier prix dans la catégorie audio et un deuxième prix dans celle des imprimés.

Cette reconnaissance internationale a de quoi contenter l'AORP, car elle souligne l'avancée du Canada en matière de sensibilisation à la sécurité.

« Au tout début de la campagne, les intervenants de première ligne des milieux albertains de la santé et de la police étaient unanimes : il nous fallait des messages-chocs, explique McBean-Salvador.

Nous pouvons maintenant dire avoir enfin réussi à égaler les pays qui ont fait d'énormes efforts pour promouvoir la sécurité routière. » ■

LES FAITS

Les « euphories légales », ou substances créées pour contourner les lois sur les stupéfiants, sont un nouveau phénomène inquiétant, selon le Rapport mondial sur les drogues 2011 de l'ONU. Souvent commercialisées sous une apparence inoffensive et étiquetées « Non destiné à la consommation humaine », elles sont néanmoins puissantes et compliquent la tâche des organismes de réglementation. Voici un aperçu de deux de ces substances, maintenant contrôlées dans plusieurs pays :

CATÉGORIE DE DROGUE : cathinone synthétique (simule les effets de l'ecstasy)
NOM CHIMIQUE : 4-méthylméthcathinone (4-MMC)
VENDUS COMME : sels de bain, engrais ou produits chimiques de recherche
NOMS DE MARQUE COMMUNS : Blue Silk, Ivory Snow, Vanilla Sky, White Dove
COMPOSITION : poudre fine, cristaux ou comprimés avalés, fumés, prisés ou injectés

FAITS :

- Se situe au 4e rang des drogues (après le cannabis, l'ecstasy et la cocaïne) utilisées au cours du dernier mois par les participants à un sondage mené en ligne en nov. 2009 par le magazine Mixmag au RU.
- Selon un autre sondage de Mixmag mené en 2010, 61 % des répondants en avaient consommé au moins une fois et 75 % en auraient pris après son interdiction par le RU le 16 avril 2010.
- Entre le 8 et le 10 mars 2010, la méphédrone se vendait sur plus de 77 sites Internet anglophones, selon des analyses Web de l'Observatoire européen des drogues et des toxicomanies. Le jour où le RU l'a bannie, neuf en vendaient encore ouvertement.
- Dans son étude de doctorat menée en mai 2010, C. Meehan de l'Université de Ulster signale que 80 % des étudiants de l'Irlande du Nord de 14 et 15 ans savaient où s'en procurer et que selon eux, elle était plus facile à obtenir que du cannabis.
- Selon des rapports toxicologiques du groupe de la criminalistique et de la médecine légale de l'Université de Glasgow, cette drogue serait à l'origine de deux décès survenus dans l'Ouest de l'Écosse entre février et mai 2010.
- Présente dans 9 sur plus de 110 000 pièces à conviction analysées par Santé Canada en 2010.
- Plus importante saisie en Europe : plus de 130 kg (environ 260 000 comprimés) dans une installation de fabrication de comprimés aux Pays-Bas en octobre 2009.

CATÉGORIE DE DROGUE : cannabinoïde synth. (simule le THC, principe actif du cannabis)
NOM CHIMIQUE : plusieurs, mais JWH-018, JWH-073 et CP 47,497-C8 sont trois composés courants
VENDUS COMME : encens, pot-pourri ou mélange d'herbes à fumer
NOMS DE MARQUE COMMUNS : Spice, K2, Genie
COMPOSITION : herbes concassées aspergées de drogues chimiques

FAITS :

- Entre le 1er janv. et le 31 août 2011, les centres antipoison américains ont reçu 4 421 appels liés à cette drogue, contre 2 915 pour toute l'année 2010, selon l'American Association of Poison Control Centers.
- Son effet serait jusqu'à quatre fois plus fort que celui de la marihuana (pour le JWH-018 et le JWH-073), selon des données publiées par Transmetron, fournisseur de tests de dépistage de drogues au Utah.
- Dans un sondage en ligne sur les drogues mené au RU par Mixmag en 2009, 12,6 % des répondants consommaient du cannabis de synthèse, alors que 85,9 % avaient consommé du cannabis.
- Selon des études menées par le Naval Medical Center à San Diego, cette drogue serait liée à des périodes de psychose pouvant durer de cinq jours à trois mois.
- Selon le Rapport mondial sur les drogues 2011 de l'ONU, le risque de dépendance pourrait être plus élevé pour le cannabis de synthèse que pour le cannabis en raison de l'apparition plus rapide d'une tolérance.
- Selon une étude menée à Frankfurt en 2009 par le Centre de recherche sur les drogues de l'Université de Frankfurt, 7 % des 1 157 étudiants de 15 à 18 ans interrogés en avaient consommé au moins une fois.
- Selon un communiqué de l'ASFC diffusé le 27 janvier 2011, le cannabis de synthèse était présent dans environ 50 saisies effectuées par l'ASFC et les corps policiers du Canada depuis 2008.

RAYER LE CRIME DE LA CARTE

UN MODÈLE MATHÉMATIQUE QUI PRÉDIT LES SECTEURS CHAUDS

Par Sigrid Forberg

Tout comme les séismes, les crimes commencent par un incident initial, suivi de répliques.

Ce principe est connu sous le nom de victimisation répétée. Il y a six ans, une équipe de chercheurs de l'UCLA, en Californie, s'est inspirée des modèles séismologiques pour construire un modèle criminel qui pourrait prédire efficacement les lieux de crime.

Composée de deux mathématiciens, d'un criminologue et d'un anthropologue, l'équipe réunissait deux domaines de compétences.

Les mathématiciens offraient une approche pratique et simplifiée à la création du modèle, et les spécialistes en sciences sociales, une compréhension intuitive et expérimentale du comportement humain.

Jeffrey Brantingham, Ph.D., professeur agrégé d'anthropologie à l'UCLA, affirme que ces différences ont aidé à perfectionner le modèle.

« On a atteint un bon équilibre, le modèle étant à la fois simple, mais assez détaillé pour être réaliste sur le plan comportemental, signale Brantingham. S'il était trop complexe, il ne nous serait pas utile. »

George Mohler, Ph.D., professeur adjoint de mathématiques et d'informatique à l'Université de Santa Clara, s'est joint à l'équipe en 2008.

Ses recherches de mots clés dans des bases de données universitaires le menaient constamment vers des modèles séismologiques.

Ces modèles existent depuis des décennies et sont très précis, mais ne fonctionnaient pas nécessairement pour les données sur la criminalité, explique Mohler.

« On tentait de déterminer le genre de modèle dont on avait besoin, alors qu'il existait déjà, de dire Mohler.

Il s'agissait de l'adapter aux données sur la criminalité. »

L'équipe a testé l'exactitude du modèle au moyen de données du Service de police de Los Angeles (LAPD), qui remontaient à plusieurs années.

Après avoir entendu parler de ces recherches, Zach Friend, analyste de la criminalité au Service de police de Santa Cruz (SCPD), a communiqué avec Mohler pour savoir si le SCPD pouvait tester le modèle sur le terrain.

Le SCPD a lancé son projet pilote en juillet 2011. Tous les jours, Friend entre les données sur la criminalité dans une base qui utilise l'algorithme pour générer une carte des dix secteurs les plus à risque ce jour-là.

Les patrouilleurs reçoivent une carte au début de leur quart et se rendent dans les secteurs indiqués dès qu'ils ont le temps. On espère que leur présence aura un effet dissuasif, voire préventif.

« Les criminologues ne pensaient pas que ces types de crimes se déplaçaient, affirme Friend.

Personne ne parcourt un mille ou six pâtés de maisons pour commettre un crime. »

Brantingham explique que plusieurs facteurs font qu'une maison ou un quartier où un crime a déjà été commis sera de nouveau ciblé; ce n'est pas une simple question de « bon » ou de « mauvais » quartier.

« La victimisation répétée ne s'explique pas par des caractéristiques environnementales fixes, de dire Brantingham.

C'est plutôt ce que le voleur apprend sur votre maison au moment de commettre le crime initial qui l'incitera à revenir. »

Cette théorie n'est pas nouvelle, mais c'est la première fois qu'un outil la met en pratique.

S'il est trop tôt pour déterminer le succès du modèle, Friend signale que les cambriolages à Santa Cruz ont diminué de 27 % en juillet 2011 par rapport à juillet 2010.

Il ajoute qu'un des plus grands avantages du modèle est qu'il ne donne pas plus de travail aux patrouilleurs déjà occupés.

Ceux-ci se rendent dans les secteurs indiqués sur la carte seulement s'ils en ont le temps.

Autre avantage du modèle : il n'exige à peu près aucun ajustement peu importe où il est utilisé.

Cependant, les grandes villes comme L.A, qui prévoient le mettre en œuvre bientôt, pourraient devoir adapter leurs pratiques pour en tirer le meilleur parti possible.

Brantingham ajoute que ce modèle ne vise pas à remplacer les policiers.

« Le travail policier, précise-t-il, fait appel à l'expérience, à l'expertise et à l'intuition, qui sont absolument essentielles. On espère simplement que cet outil offre une valeur ajoutée. »

Outre le LAPD, plus d'une vingtaine d'organismes américains et trois grandes villes canadiennes ont contacté Friend pour participer au programme.

Grâce aux commentaires reçus, l'équipe continue de perfectionner le modèle pour en étendre l'utilisation. ■

Les cambriolages à répétition ne s'expliquent pas par des facteurs sociaux et environnementaux, mais bien par ce que les voleurs peuvent apprendre d'une résidence pendant le crime.

GUÉRIR PLUTÔT QUE PUNIR

LA DISCIPLINE AXÉE SUR LA SENSIBILISATION

Par le serg. Albert Cobos, Service du shérif du comté de Los Angeles, Groupe de la discipline axée sur la sensibilisation

La discipline axée sur la sensibilisation (DAS) est un concept innovateur qui a été mis au point en 2008 et présenté en 2009 à la collectivité policière à l'Université Harvard, par le shérif Leroy Baca, du Service du shérif du comté de Los Angeles (SSCLA). Il s'agit d'une solution de rechange au processus disciplinaire traditionnel utilisé par de nombreux services d'application de la loi aux États-Unis.

Selon l'ancien modèle disciplinaire du SSCLA, qui est le plus grand au monde et le troisième service de police en importance aux États-Unis, les mesures disciplinaires imposées aux sous-shérifs et au personnel civil consistaient en des avertissements écrits, des suspensions sans solde, des rétrogradations et des renvois.

Leroy Baca voulait faire autre chose qu'imposer des suspensions, il désirait que les employés suivent un processus disciplinaire et continuent de contribuer à l'organisation et à sa mission.

« On force les employés à avaler les eaux troubles de la discipline punitive, et cela les rend malades, déclare Leroy Baca, qui est responsable des 18 000 policiers et employés civils du SSCLA, qui assurent des services et de la protection à environ quatre millions de personnes. Quelques-uns sont malades pendant un certain temps et, d'autres le sont pendant le reste de leur vie. »

Leroy Baca est conscient du fait qu'on ne peut pas éliminer la discipline. Cependant, le processus disciplinaire a parfois une incidence néfaste sur certains employés. Ils ne partent pas, mais les mesures disciplinaires dont ils ont fait l'objet peuvent nuire à leur engagement à l'égard de leur organisation.

La plupart des policiers, surtout les superviseurs, se sont heurtés à certaines attitudes négatives démontrées pendant les séances d'information précédant les quarts de travail, les cours et dans le milieu de travail, par les employés qui ont fait l'objet de mesures disciplinaires.

Ces attitudes négatives ont non seulement une incidence sur le policier qui a fait l'objet de mesures disciplinaires, mais également sur ceux qui ont des rapports quotidiens avec lui.

La DAS est un programme proactif qui met l'accent sur ces attitudes négatives, en offrant de la formation axée sur le comportement relié à l'incident qui a entraîné la mesure disciplinaire.

MISE EN ŒUVRE

Le SSCLA a mis la DAS en application pendant 16 mois, entre janvier 2008 et avril 2009, pour offrir une solution de rechange facultative aux employés qui faisaient face à une suspension sans solde, par suite d'une enquête disciplinaire.

Plusieurs intervenants du SSCLA étaient intéressés par la mise en oeuvre de la DAS. Il a fallu présenter le processus aux membres de la direction, au bureau des examens indépendants, aux affaires internes, aux relations avec les employés et aux trois syndicats qui représentent la majorité des employés du SSCLA. En outre, étant donné qu'il s'agissait d'un nouveau programme qu'aucun autre service de police des États-Unis n'avait utilisé, il était primordial d'en communiquer efficacement les principes de base.

Le Groupe de la DAS, qui se compose d'un lieutenant, d'un sergent et de deux commis, a eu très peu d'obstacles à surmonter pour réussir à mettre en place le nouveau processus, puisqu'il a été présenté de façon relativement transparente et proposé aux employés qui faisaient face à une suspension sans solde à titre d'option supplémentaire, sans compromettre les mécanismes de protection des employés.

LA DAS EN ACTION

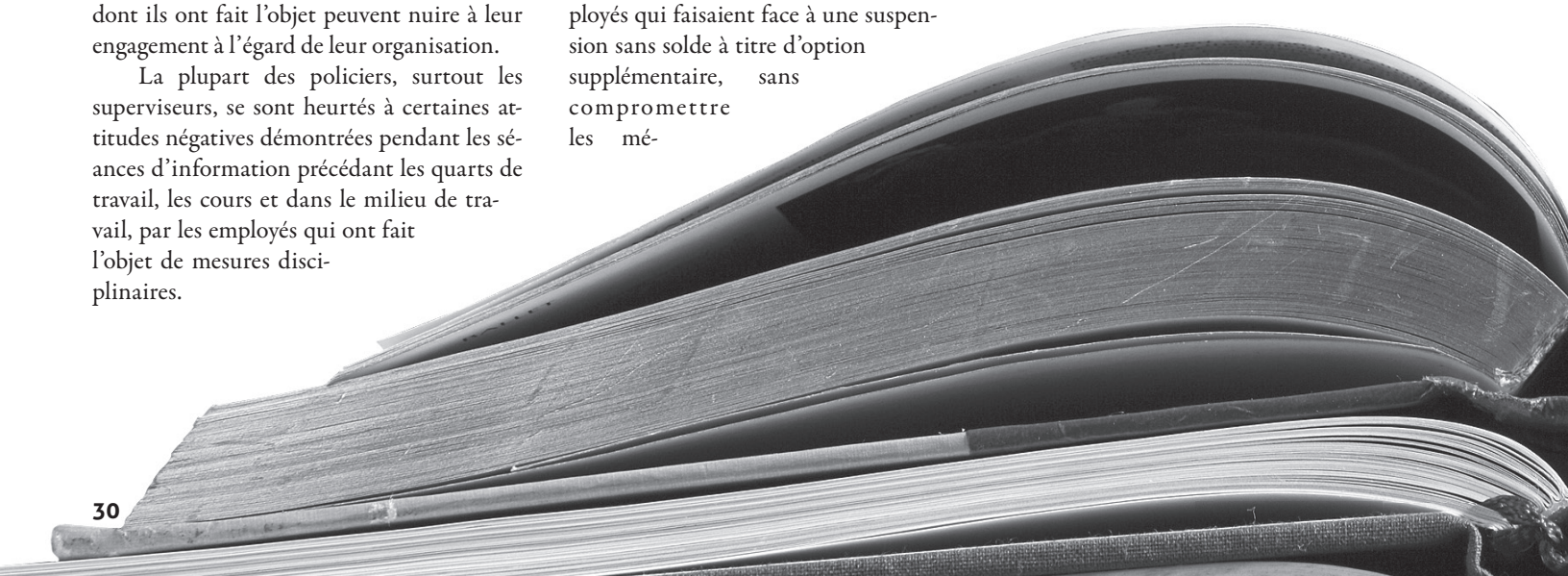
Le processus est relativement simple. On présente l'option de la DAS à tout employé qui fait face à une suspension sans solde par suite d'une enquête disciplinaire, normalement au moment où il est officiellement avisé de l'intention de le suspendre pendant un nombre de jours précis.

On lui propose alors de suivre des cours ou de faire des études indépendantes, au lieu de la suspension sans solde.

Lorsqu'on lui présente la DAS, l'employé doit envisager trois options. Premièrement, il peut rejeter la proposition et accepter la suspension. Deuxièmement, lorsqu'il dépose un grief relativement à la mesure disciplinaire imposée, tous les mécanismes de protection dont il jouit demeurent intacts. Troisièmement, il peut accepter volontairement la proposition de la DAS et remplir les exigences.

Lorsqu'un employé choisit la DAS au lieu de la suspension sans solde, il dispose de 12 mois pour remplir les exigences de l'entente de la DAS, laquelle précise que l'employé renonce à ses droits futurs de déposer un grief relativement à cette mesure disciplinaire en plus d'accepter d'en respecter toutes les conditions. En outre, si un employé ne remplit pas toutes les exigences de l'entente, la suspension sans solde initialement proposée sera imposée au complet.

Dans l'entente, on indique également que



l'employé suivra la majorité des cours ou fera des études indépendantes pendant les heures de travail. Il y a cependant certaines exceptions pour les contraventions liées à l'alcool ou à la violence familiale, car l'employé devra suivre des séances d'orientation.

Étant donné que ces séances sont offertes à différents moments de la journée, il pourrait être difficile que les employés y assistent pendant les heures de travail. Cependant, ils rempliront les autres exigences pendant les heures de travail.

La formule du SSCLA qui consiste à remplacer les jours de suspension par les exigences de la DAS est fort simple. L'employé qui assiste à quatre heures de formation sur la DAS reçoit un crédit d'une journée de suspension sans solde.

Par exemple, l'employé qui fait l'objet d'une suspension sans solde de 10 jours, devra donc suivre cinq cours d'une durée de huit heures.

Qui plus est, il est possible qu'on donne à un employé plus d'heures de formation qu'il est nécessaire pour compenser le nombre de jours de suspension sans solde imposés. Cette mesure est acceptable, étant donné que l'employé participe volontairement à l'entente de la DAS.

Ces options, qui ont été élaborées par un psychologue policier comptant plus de 20 ans d'expérience dans le domaine, s'appliquent à toutes les contraventions pouvant avoir été commises par un employé lesquelles sont décrites par les caractéristiques de comportement suivantes :

- Résolution de problèmes et autogestion;
- Perfectionnement des compétences;
- Reconnaissance des limites;
- Sensibilisation à la consommation abusive d'alcool ou d'autres drogues;
- Renforcement du caractère;
- Facteurs externes.

Plusieurs possibilités de formation ou cours sont recommandés pour chacun de ces éléments.

COURS LIFE

Tous les employés qui participent à une entente de la DAS doivent suivre un cours LIFE, Lieutenants' Interactive Forum for Education (forum interactif éducatif des lieutenants), lequel met l'accent sur la prise de décision. Au moyen d'activités de groupe interactives, les participants se familiarisent avec la notion selon laquelle la prise de décisions est un processus influencé par leurs besoins, leurs valeurs et leurs responsabilités.

Ce cours obligatoire et fondamental obtient beaucoup de succès. Selon un sondage effectué auprès d'environ 300 employés, la majorité des répondants ont indiqué qu'ils prendraient de meilleures décisions par suite de ce cours et qu'ils recommanderaient la DAS et le cours.

EXPANSION

Environ 35 services d'application de la loi utilisent la DAS aux États-Unis et plusieurs autres ont mis en oeuvre des parties de ce programme ou envisagent sérieusement de le faire.

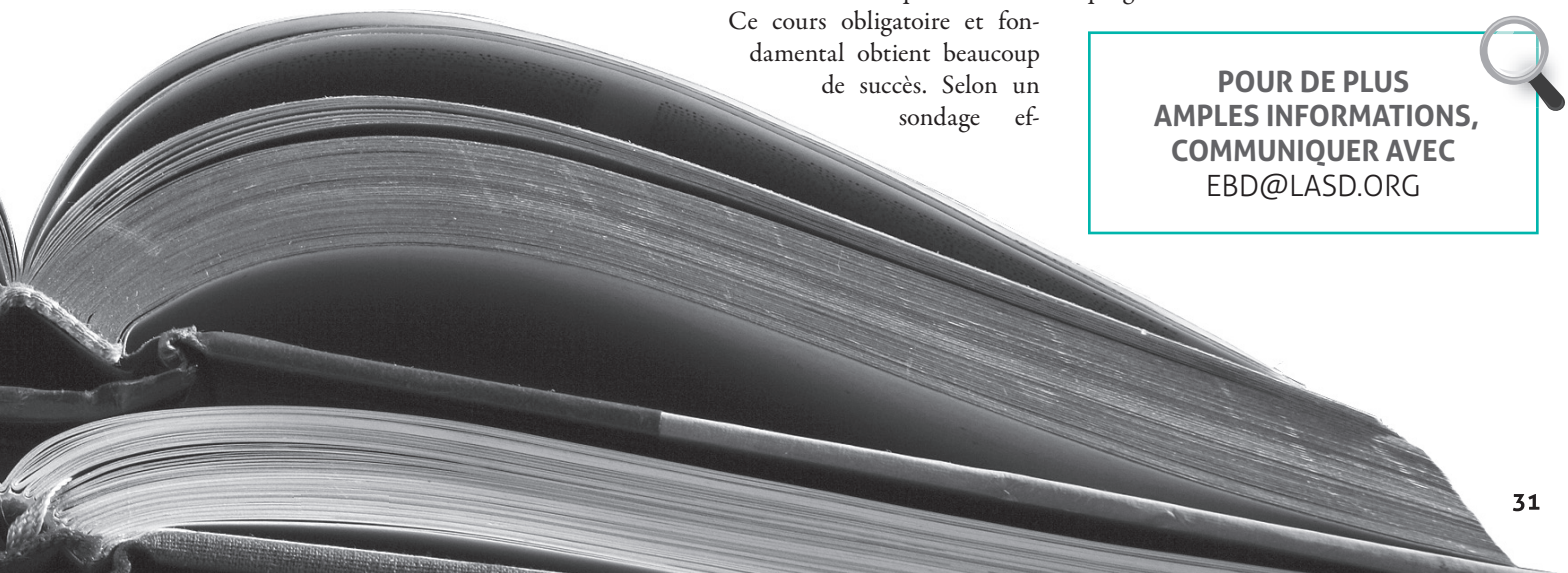
L'intérêt pour la DAS continue de croître et le SSCLA s'est engagé à aider les services d'application de la loi intéressés à mettre ce programme en oeuvre. On les invite à communiquer avec le Groupe de la DAS pour obtenir une vaste gamme d'informations sur le programme. ■

APPROCHE DISCIPLINAIRE FONDÉE SUR L'APPRENTISSAGE (ADA)

Organismes américains ayant mis en application des volets du programme ADA ou envisageant sérieusement de le faire :

- Patrouille routière de la Californie
- Patrouille frontalière, ministère de la Sécurité intérieure
- Service de police de Sacramento, Californie
- Service de police de Canton, Ohio
- Service de police de l'aéroport de Los Angeles, Californie
- Service de police métropolitain de Las Vegas, Nevada
- Bureau du procureur du comté de Los Angeles, Californie
- Bureau du shérif du comté de Johnson, Colorado
- Service de probation du comté de Los Angeles, Californie
- Service d'incendie de la ville de Los Angeles, Californie
- Service de police de Newport News, Virginie
- Bureau du shérif du comté de Clay, Floride
- Service de police de Muskogee, Oklahoma
- Bureau du shérif du comté de Kennebec, Maine
- Service de police de Seattle, Washington
- Service de police de Dallas, Texas
- Bureau du shérif du comté de Cass, Dakota du Nord

POUR DE PLUS AMPLES INFORMATIONS, COMMUNIQUER AVEC
EBD@LASD.ORG



RÉCENTES ÉTUDES POLICIÈRES

Voici des extraits d'études récentes en matière de justice et d'application de la loi. Pour consulter les rapports intégraux, veuillez visiter le site Web indiqué à la fin de chaque résumé.

A STUDY OF HOW PEOPLE WITH MENTAL ILLNESS PERCEIVE AND INTERACT WITH THE POLICE

(EN ANGLAIS SEULEMENT)

Par le Dr Johann Brink et al. pour la Commission de la santé mentale du Canada

Il existe un volumineux corpus d'études concernant les perceptions des policiers envers les personnes souffrant de maladies mentales. Cependant, on manque d'études qui portent particulièrement sur les perceptions de ces dernières à l'égard de la police. L'étude décrite dans le présent rapport consiste à trouver des solutions pour combler le vide.

Des personnes atteintes de schizophrénie, du trouble schizo-affectif, du trouble bipolaire ou d'autres psychoses et qui ont été en contact direct avec des policiers ont participé à cette étude menée en C.-B. (Canada) d'août 2009 à mars 2011. Parmi ces personnes, 60 ont participé à des entrevues et 28, à des groupes de discussions, alors que 244 ont répondu à des sondages.

Les comptes rendus de recherches font état de tendances intéressantes chez les malades mentaux quant à leur manière de percevoir les policiers et d'échanger avec eux dans d'autres territoires.

Deux personnes sur cinq ont été arrêtées à un moment de leur vie, trois sur dix ont vu la police jouer un rôle dans leur cheminement clinique et un cas d'intervention policière ou d'affrontement avec la police sur 20 touchait des personnes ayant des problèmes de santé mentale.

Les résultats du sondage laissent entendre que les malades mentaux en C.-B. tendent à manifester une attitude moins positive envers la police par rapport au reste de la population. Tandis que 76 % de la population font confiance aux policiers, seule une faible majorité des sondés a exprimé le même sentiment.

Les participants ont presque tous indiqué être entrés en contact récemment et de nombreuses fois avec des policiers.

La plupart du temps, il s'agissait d'un policier qui les avait conduits à l'hôpital ou à la prison, aidés lorsqu'ils étaient en détresse ou arrêtés pour comportement apparemment criminel, ou à qui ils avaient demandé de l'aide à titre de victime d'un crime.

Malgré un manque de confiance manifeste dans les capacités de la police, 85 % des participants aux entrevues estiment avoir été traités dans le respect de l'équité procédurale par les policiers auxquels ils ont eu récemment affaire.

Ils étaient peu nombreux à confirmer qu'ils comprenaient ou que les policiers leur expliquaient ce qui leur arrivait ou leur arriverait durant et après l'échange.

La plupart des participants aux entrevues croient qu'il serait utile qu'un policier sache qu'une personne est atteinte d'une maladie mentale avant d'être en contact avec elle. Quatre-vingt-dix pour cent d'entre eux estiment qu'il est « très » ou « extrêmement » important de former les policiers à traiter avec cette catégorie de la population.

CONSULTEZ LE RAPPORT INTÉGRAL :
MENTALHEALTHCOMMISSION.CA/FRANCAIS/PAGES/DEFAULT.ASPX

SEXTING: A TYPOLOGY

(EN ANGLAIS SEULEMENT)

Par Janis Wolak et David Finkelhor pour le Crimes Against Children Research Center

Par le terme « échange de sextos », la presse et les chercheurs entendent la communication de contenu à caractère sexuel, composé à la fois d'images et de textes, au moyen de téléphones cellulaires et d'autres médias électroniques.

Cette pratique controversée provoque de vives inquiétudes. Inconsciemment, les jeunes alimentent le marché de la cyberpornographie juvénile, déjà en croissance consternante.

Ils risquent de compromettre leur avenir si les photos tombent entre les mains d'universités, d'employeurs ou de trafiquants, de s'attirer de graves accusations criminelles et de voir leurs noms inscrits à vie sur des registres de délinquants sexuels pour écarts de conduite impulsifs.

Pour favoriser un débat objectif autour du problème et des stratégies d'atténuation des répercussions, nous avons étudié environ 550 cas d'échanges de sextos signalés aux organismes d'application de la loi des É.-U. en 2008 et en 2009 afin d'en déduire une typologie fondée sur des preuves.

Dans tous ces cas, il était question de photos sexuelles produites par des jeunes : des photos de mineurs créées par des mineurs qui pourraient se définir comme de la pornographie juvénile en vertu des lois pénales applicables.

La typologie vise à montrer la diversité des incidents et à les classer de façon à permettre aux policiers, aux autorités scolaires, aux parents et aux autres intervenants de les distinguer et de les évaluer séparément.

Nous avons convenu de répartir les cas en deux grandes catégories : les incidents graves et les incidents expérimentaux. Les incidents graves mettent en jeu des éléments criminels ou abusifs, en plus de la création, de la diffusion ou de la possession de photos sexuelles. Parmi ces éléments, mentionnons :

1. des adultes qui demandent à des mineurs des photos sexuelles, des mineurs qui envoient des photos à des adultes ou autre implication illégale d'un adulte;
2. des actes commis par des mineurs, comme l'abus sexuel, l'extorsion, la tromperie ou les menaces, la conduite malveillante découlant de conflits interpersonnels, ou la création ou la diffusion de photos de mineurs à leur insu ou contre leur volonté.

En revanche, dans les incidents expérimentaux, les jeunes créent et diffusent des photos sexuelles sans qu'aucun comportement criminel ou malveillant ne soit associé à leur geste.

De plus, les jeunes photographiés expriment la volonté d'échanger leurs photos. Généralement, ces jeunes envoient les photos d'eux-mêmes à leurs petit(e)s-ami(e)s ou les utilisent pour susciter un intérêt romantique chez l'autre, pour attirer l'attention ou pour d'autres raisons qui ne semblent pas inclure d'éléments d'incidents graves.

La plus importante conclusion à retenir de cette analyse est que les jeunes produisent et diffusent des photos dans des contextes très variés. Il ne faut surtout pas laisser

prévaloir un seul stéréotype dans les croyances populaires ou l'utiliser pour influencer les politiques gouvernementales.

CONSULTEZ LE RAPPORT INTÉGRAL :
UNH.EDU/CCRC/

MEDIA PIRACY IN EMERGING ECONOMIES

(EN ANGLAIS SEULEMENT)

Par Joe Karaganis et al. pour le Social Science Research Council

Media Piracy in Emerging Economies est la première étude indépendante menée à grande échelle sur le piratage d'œuvres musicales et cinématographiques, et de logiciels dans des pays émergents, comme le Brésil, l'Inde, la Russie, l'Afrique du Sud, le Mexique et la Bolivie.

De trois années d'étude réalisée par quelque 35 chercheurs, il ressort deux grands tableaux : l'explosion du piratage en raison de l'accessibilité et de l'omniprésence des technologies numériques, et la croissance des lobbys industriels qui ont contribué au durcissement des lois et de la répression garantissant la protection du droit d'auteur. Selon le rapport, les efforts de répression ont essuyé un grand échec, et le problème du piratage se définit mieux comme une réaction aux prix exorbitants des produits médiatiques originaux.

PRINCIPALES CONSTATATIONS

- Les produits coûtent trop cher. Prix élevés, faibles revenus et technologies numériques bon marché, voilà les principaux ingrédients du piratage. Par rapport au revenu de la population du Brésil, de la Russie ou de l'Afrique du Sud, le prix au détail d'un CD, d'un DVD ou d'un exemplaire de la suite Microsoft Office est de 5 à 10 fois plus élevé qu'aux É.-U. ou en Europe, ce qui entrave la commercialisation légale de ces produits.
- La concurrence s'avère bénéfique. La présence d'entreprises locales solidement implantées qui s'arrachent le public et les consommateurs détermine les bas prix des produits médiatiques légaux. Dans les pays émergents, les multinationales dominent le marché et laissent donc peu de place à la concurrence.
- La sensibilisation au piratage a échoué. Dans aucun des pays en question les chercheurs n'ont constaté de préjugé associé au piratage. Au contraire, celui-ci fait partie des pratiques quotidiennes de portions nombreuses et croissantes de la population.
- Il est facile de changer la loi mais pas les pratiques. Bien qu'ils aient réussi à faire modifier les lois pour criminaliser ces pratiques, les lobbyistes ne sont pas parvenus à les faire appliquer par les gouvernements. Les auteurs soutiennent qu'il n'existe aucun moyen réaliste de concilier répression massive et application régulière de la loi, surtout dans les pays où l'appareil judiciaire est débordé.
- Les criminels n'y trouvent pas leur compte. Aucun lien systématique n'a été établi entre le piratage et le crime organisé ou le terrorisme dans les pays concernés. De nos jours, pirates commerciaux et contrebandiers transnationaux sont confrontés à la même difficulté que l'industrie légitime : comment rivaliser avec la gratuité.
- La répression est inefficace. Les auteurs constatent que les dix années de lutte acharnée n'ont produit aucun effet sur l'offre générale de produits piratés. ■

CONSULTEZ LE RAPPORT INTÉGRAL :
PIRACY.SSRC.ORG/THE-REPORT/

Des dizaines de milliers de CD, de DVD et de bandes vidéos peu de temps avant leur destruction.

UN APPEL À LA RÉFORME

REMISE EN QUESTION DES PRATIQUES ET DE LA FORMATION CANADIENNES EN MATIÈRE D'ENTREVUE

Par l'agent Michael Stinson, Services policiers du Grand Sudbury

Ces dernières années, le modèle britannique d'entrevue d'enquête PEACE et son application au Canada ont suscité beaucoup d'intérêt.

L'article intitulé « Reforming Investigative Interviewing in Canada », paru en avril 2010 dans la *Revue canadienne de criminologie et de justice pénale*, donne un aperçu des pratiques en cours au Canada, met en évidence les lacunes de la formation actuelle, décrit le modèle PEACE et ses avantages, et recommande une réforme pour améliorer et professionnaliser le rôle de chargé d'entrevue d'enquête.

Le présent article fait état des recommandations formulées, qui s'avèrent intéressantes pour les enquêteurs en plus de mettre en lumière ce qui manquait au débat à ce jour.

SITUATION ACTUELLE

Au Canada, les pratiques d'entrevue sont, pour le moins, superficielles. Malgré l'importance capitale et indubitable que revêt l'entrevue d'enquête dans le travail policier et les enquêtes, on n'en tient presque pas compte dans la formation.

Très peu de mesures sont prises au niveau de recrue. Les agents qui finissent par recevoir la formation sont généralement des détectives qui apprennent les techniques d'entrevue sur le tas depuis plusieurs années en s'inspirant de membres chevronnés qui ont, eux-mêmes, appris de la même manière. De toute évidence, ce n'est pas la méthode la plus efficace.

Il y a déjà eu des enquêtes judiciaires où les mauvaises pratiques d'entrevue ont été remises en cause, et pourtant, la situation n'a guère évolué. L'entrevue cognitive, par exemple, est considérée comme la technique la plus productive à utiliser avec des victimes et des témoins. Mais elle n'est pas partout enseignée aux agents débutants.

Même si certains services de police supervisent et évaluent parfois les entrevues, ils le font davantage pour celles des suspects et des accusés que pour celles des témoins. Cette tendance est plus remarquée dans les cas de crimes graves que dans les activités ordinaires.

LE MODÈLE BRITANNIQUE

Les services de police canadiens peuvent s'inspirer du modèle britannique PEACE, qui sert de cadre de conduite d'entrevues d'enquête aux services de police du Royaume-Uni. Après examen des erreurs judiciaires commises en Angleterre et au pays de Galles, les législateurs ont introduit de nouvelles dispositions dans la *Police and Criminal Evidence Act* de 1984 qui exigeaient la modification des techniques d'entrevue utilisées par la police.

L'acronyme PEACE signifie : (P) planification et préparation; (E) entretien et explication; (A) clarification et contestation de la version; (C) conclusion et (E) évaluation. Ce modèle vise à perfectionner les techniques d'entrevue chez les policiers dès le début de leur carrière.

Dans une première recommandation, les services de police canadiens sont appelés à élaborer un programme normalisé de formation sur l'entrevue d'enquête à l'image de celui employé au R.-U.

D'après le document d'information de la U.K. National Policing Improvement Agency (NPIA) portant sur sa stratégie nationale relative à l'entrevue d'enquête, la formation prépare les agents à l'interrogation de victimes, de témoins et de suspects dans le cadre d'enquêtes prioritaires et d'envergure. Elle commence au niveau de recrue et se poursuit au moyen de cours de recyclage. Les entrevues sont examinées et évaluées, et une rétroaction est fournie.

Il existe une formation avancée pour détectives qui leur permet de procéder à

Utilisé par la police du Royaume-Uni, le modèle PEACE pour les entrevues d'enquête peut être utile à la police canadienne.

l'interrogation de témoins, de suspects ou des deux, et d'ensuite devenir conseillers en entrevue. Pour se qualifier à cette formation, les agents doivent démontrer leur compétence et soumettre des échantillons d'entrevues à l'appui. Ils doivent avoir interrogé de nombreuses personnes, appliqué les leçons apprises et donné suite aux commentaires émanant des évaluations.

Formés dans de petits groupes, les participants devront atteindre un certain niveau d'expertise s'ils veulent réussir le cours. Pendant plusieurs semaines, ils mèneront des entrevues et devront s'améliorer. Ils seront évalués par les formateurs et les pairs, et auront l'occasion de jouer le rôle d'observateur. Il s'agit d'un milieu d'immersion où l'apprentissage se fait par l'action. Tous les participants ne réussiront pas, et ceux qui y parviendront devront maintenir un niveau de compétence élevé sur le terrain.

GROUPES SPÉCIALISÉS EN FORMATION

Dans une deuxième recommandation, on invite les services de police canadiens à constituer des groupes chargés de la formation sur l'entrevue d'enquête, conformément au programme de formation normalisé. Si les petits services de police ne peuvent pas se doter de tels groupes, ils peuvent s'allier aux grands services en vertu d'ententes ou de protocoles de formation.

Les formateurs suivront une formation spécialisée sur la prestation du programme normalisé ainsi que des cours plus avancés. Tous les membres d'un service de police participeront au cours élémentaire, tandis que les détectives recevront la formation avancée.

Les coûts immédiats seraient prévus dans le budget et compte tenu des autres frais connexes à la formation (hébergement et repas), il serait préférable, d'un point de vue économique, d'offrir les cours sur place.

TROUVER UN TERRAIN D'ENTENTE

La troisième recommandation, sûrement la plus contraignante, impose à l'Association canadienne des chefs de police et à l'Association canadienne des policiers de soutenir un programme normalisé d'entrevue d'enquête reposant sur le modèle PEACE. Il se peut qu'on ne parvienne pas sans difficultés à un consensus concernant un protocole national; néanmoins, une telle approche mérite qu'on s'y attarde compte tenu de son incidence possible sur notre appareil judiciaire. Des experts étrangers peuvent apporter leur soutien à cet égard.

PARTENARIATS UNIVERSITAIRES

Enfin, l'idée de voir les policiers et les universitaires travailler ensemble en vue d'améliorer les pratiques d'entrevue semble attrayante. Aux États-Unis, cela a donné naissance au concept d'entrevue cognitive, perçue dans le monde entier comme la meilleure technique d'interrogation de témoins et de victimes.

MALGRÉ L'IMPORTANCE CAPITALE ET INDUBITABLE QUE REVÊT L'ENTREVUE D'ENQUÊTE DANS LE TRAVAIL POLICIER ET LES ENQUÊTES, ON N'EN TIENT PRESQUE PAS COMPTE DANS LA FORMATION.

Fruit de la collaboration entre psychologues et policiers, le modèle PEACE est lui aussi considéré comme une pratique exemplaire à l'échelle internationale. Grâce à l'apport des chercheurs, le contenu de la formation pourrait se fonder sur des preuves scientifiques.

Les services de police pourraient tirer avantage de l'évaluation et de l'étude de leurs entrevues. Ils pourraient, en effet, s'aider des conclusions pour perfectionner leur programme et renforcer leurs relations avec d'autres chercheurs et praticiens étrangers.

L'INITIATIVE NÉO-ZÉLANDAISE

La police de Nouvelle-Zélande a évalué ses normes de formation et étudié les programmes de formation sur l'entrevue d'enquête offerts dans d'autres pays. Les problèmes qu'elle a relevés ressemblent à peu près à ceux que nous éprouvons aujourd'hui au Canada : absence de norme nationale, manque de formation et d'orientation.

L'examen des différents modèles consistait à comparer les avantages et les inconvénients de chacun d'eux. À partir de là, les experts ont conclu que le modèle britannique était celui qu'il fallait à leur service de police national.

Vers la fin de 2007, il a été recommandé d'adopter des principes éthiques, de mettre en œuvre un programme de formation national, de constituer des groupes d'entrevue d'enquête et de se distancier de la recherche d'aveux.

En juin 2010, les pratiques avaient changé. Les chargés d'entrevue se concentraient sur la collecte de renseignements exacts et fiables plutôt que sur l'obtention d'aveux. Environ 6 500 membres ont bénéficié de la formation de base et reconnaissent la valeur à la fois de l'entrevue cognitive améliorée et de la recherche en entrevue d'enquête.

La transition n'a pas été facile. Mais, grâce au soutien d'experts britanniques, l'organisation dispose maintenant de ses propres experts en la matière. Étant donné son effectif nombreux et la logistique sous-jacente, elle a accompli un travail extraordinaire dans l'élaboration d'un calendrier de formation complet.

CONCLUSION

Où se situe donc le Canada? Nous avons une chance inouïe d'apprendre comment les autres pays membres du Commonwealth ont adapté le modèle PEACE à leurs besoins. L'Angleterre, le pays de Galles et la Nouvelle-Zélande ont reconnu le besoin d'apporter des changements. Alors qu'au R.-U. c'est la loi qui a exigé la réforme, la police de Nouvelle-Zélande a pris elle-même cette initiative, quoique avec quelques difficultés.

Au Canada, le changement a été amorcé. La Royal Newfoundland Constabulary est bien en voie de mettre en œuvre une pratique exemplaire. En effet, elle a élaboré le premier programme complet de formation sur l'entrevue d'enquête au pays et a pris d'importantes mesures pour professionnaliser le rôle du chargé d'entrevue, dont le perfectionnement constitue l'une des valeurs fondamentales du modèle britannique.

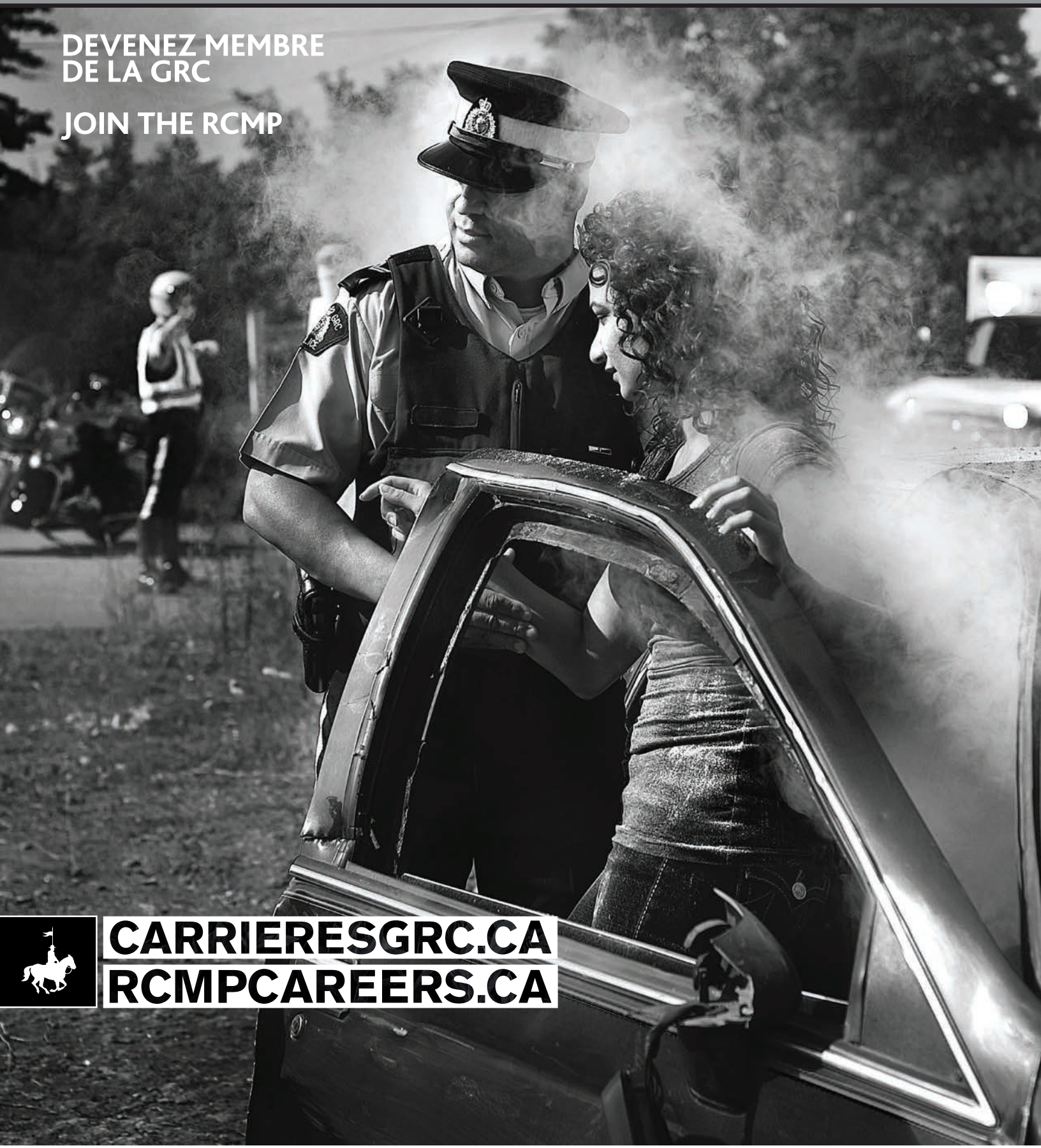
Les services de police canadiens peuvent apprendre et retirer un avantage des initiatives terreneuvienne, britannique et néo-zélandaise.

Une norme de formation nationale pourrait porter sur la formation de chaque policier canadien de manière à lui faire acquérir des compétences d'entrevue élémentaires satisfaisantes.

Nous pourrions, dans ce cadre, adopter des pratiques exemplaires, faire de la recherche et favoriser les partenariats de recherches visant à perfectionner nos propres experts en vue de fournir les normes les plus progressistes possibles.

D'autres pays ont appliqué le modèle PEACE, et, même si on n'y adhère pas, ça vaut la peine de s'informer à son sujet. ■

GRC
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA



Gendarmerie royale du Canada
Royal Canadian Mounted Police

Canada