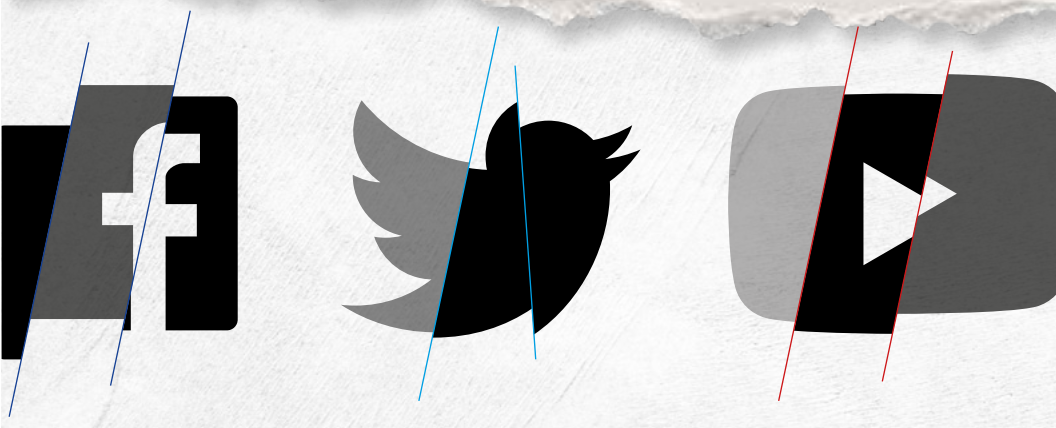


Guide sur l'utilisation des

MÉDIAS SOCIAUX

par les **JUGES**



Guide sur l'utilisation des
MÉDIAS SOCIAUX
par les **JUGES**



**Composition du comité consultatif
sur les réseaux sociaux :**

SCOTT HUGHES, J.C.Q.

Juge en chef associé, vice-président
du Conseil de la magistrature du Québec (CMQ)
et coprésident du comité

CLAUDIE BÉLANGER, J.C.Q.

Juge en chef adjointe,
responsable des cours municipales
et coprésidente du comité

PIERRE E. AUDET, J.C.Q.

Juge suppléant et ancien directeur exécutif du CMQ

GUYLAINE LAVIGNE, J.C.M.

SYLVAIN MEUNIER, J.C.Q.

CATHY NOSEWORTHY, J.C.M.

CATHERINE PILON, J.C.Q.

ÉRICK VANCHESTEIN, J.C.Q.

PAUL CRÉPEAU

Avocat et directeur exécutif, CMQ
(depuis son entrée en fonction au mois de décembre 2019)

Guide préparé par :

PIERRE E. AUDET, J.C.Q.

MARIE-FRANCE PAQUETTE

Coordonnatrice en éthique,
déontologie et perfectionnement, CMQ

CMQ = Conseil de la magistrature du Québec
J.C.Q. = Juge à la Cour du Québec
J.C.M. = Juge à la Cour municipale du Québec

L'éthique impose un processus de réflexion, qui vise l'équilibre entre l'obligation déontologique de réserve du juge et la nécessité de bien connaître la société qu'il sert, dont les médias sociaux font partie.

Lucie Rondeau

Présidente du Conseil de la magistrature du Québec

Table des matières

| | |
|-----------|--|
| 7 | Préambule |
| 10 | Présentation du guide |
| 11 | Énoncés de principes |
| 12 | Identification ou anonymat (pseudonymes) |
| 12 | Contenu et comportement |
| 14 | Amitiés, relations en ligne et autres connexions |
| 14 | Confidentialité et sécurité |
| 15 | Formation et perfectionnement |
| 17 | Lexique des principaux médias sociaux |
| 21 | Références |

Préambule

Les médias sociaux¹ sont devenus des moyens modernes de communication¹, qui modifient la manière dont les informations sont collectées, communiquées et diffusées. De fait, en 2020, ce sont 3,8 milliards de personnes qui utilisent les médias sociaux dans le monde².

En ce domaine, le Québec ne fait pas exception. Une enquête effectuée en 2018 par le Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIIO) et intitulée *L'usage des médias sociaux au Québec*³ révèle que 83 % des adultes québécois ont utilisé au moins un média social dans le cadre de leur utilisation personnelle d'Internet. De même, 65% de ces derniers s'y sont connectés au moins une fois par jour et 87% se sont servis de la messagerie intégrée ou instantanée accessible sur ces plateformes pour communiquer avec famille et amis. Facebook, YouTube, et Instagram arrivent en tête de liste des médias sociaux les plus utilisés^{II}.



I Pour les fins de ce guide, l'expression « médias sociaux » est, selon le contexte, préférée à celle de « réseaux sociaux »; la première notion englobant la deuxième. En effet, le terme « réseaux sociaux » désigne les sites en ligne dont la vocation première est la mise en relation des utilisateurs entre eux (réseautage), alors que le terme « médias sociaux » englobe toutes les fonctionnalités sociales du Web qui servent d'outils de communication, comme des articles, des vidéos, des fichiers PDF, des blogues, etc.

II Pour plus d'information, voir le lexique des principaux médias sociaux à la page 17.



S'agissant des juges, doivent-ils se tenir à l'écart des médias sociaux ?

La question a fait l'objet de réflexions et de discussions dans de nombreuses juridictions à travers le monde⁴. Au Canada, le Centre canadien de technologie judiciaire lance en 2015 un document de réflexion intitulé *Utilisation des médias sociaux par les officiers judiciaires canadiens*⁵. En 2017, c'est au tour de l'Institut national de la magistrature (INM) de présenter ses *Lignes directrices relatives à l'utilisation de sites de réseautage social*⁶. Enfin, en juin 2021, le Conseil canadien de la magistrature (CCM) publie sur une nouvelle version de ses nouveaux *Principes de déontologie judiciaire*⁷. Ce document comporte plusieurs règles sur l'utilisation des réseaux sociaux par les juges de nomination fédérale. Sa principale ligne directrice est d'inviter ceux-ci à faire preuve de prudence dans leurs communications :

[...] Les juges devraient utiliser les médias sociaux avec prudence. Ils devraient s'efforcer de maintenir l'équilibre entre les attentes associées à leur charge et la conduite de leur vie personnelle⁸.

Les communications dans les médias sociaux sont assujetties aux principes fondamentaux qui guident la conduite des juges. Les juges devraient être conscients du fait que ces communications peuvent ternir leur réputation et celle de la magistrature et se répercuter sur leur capacité d'exercer leurs fonctions judiciaires. Par ailleurs, les juges devraient être conscients que les communications des membres de leur famille pourraient également se répercuter défavorablement sur eux; il pourrait y avoir lieu de les en informer⁹.

Qu'en est-il des informations qui proviendraient des médias sociaux à l'égard desquelles les parties n'ont pas eu l'occasion de faire des observations et qui ne sont pas de connaissance judiciaire?

La règle de droit énoncée par les tribunaux commande que dans l'exercice de sa fonction, le juge doit prendre garde d'obtenir, de tenter de le faire ou de recevoir des sources externes d'informations, notamment en provenance des réseaux sociaux, sur les parties ou sur des questions factuelles qui doivent être décidées dans le cadre du dossier dont il est judiciairement saisi. Lorsque de telles informations lui sont communiquées, il est invité à en faire part aux parties afin d'obtenir leurs observations.

Le Conseil de la magistrature du Québec (CMQ) s'est aussi intéressé à la question de l'utilisation des médias sociaux par les juges sous sa compétence^{III}. D'abord, il a participé au groupe de travail du Réseau francophone des conseils de la magistrature judiciaire (RFCMJ), lequel a remis son rapport¹⁰ lors de son colloque annuel tenu à Bruxelles en novembre 2018. L'une des recommandations qui y sont énoncées est « [...] d'autoriser l'usage des réseaux sociaux [...] tout en assortissant cette autorisation de balises [...] qui permettent [...] la préservation de l'impartialité et l'indépendance [...] »¹¹ de la magistrature. Le RFCMJ préconise également « [...] que les Conseils de la magistrature mettent parallèlement en œuvre des dispositifs de sensibilisation, d'information, mais aussi de soutien aux magistrats¹² ».

III. Pour alléger le texte, les termes « juges » et « magistrature » sont utilisés pour désigner les juges de la Cour du Québec, les juges de paix magistrats ainsi que les juges des cours municipales, tous sous la compétence du CMQ (*Loi sur les tribunaux judiciaires*, RLRQ, chap. T-16, art. 260).

À sa réunion du 20 mars 2019, le CMQ prend acte du rapport et des recommandations du RFCMJ. Il souscrit à l'idée de s'interroger, voire d'intervenir sur l'utilisation des médias sociaux par les juges sous sa gouverne. Il confie à deux de ses membres, les juges Scott Hughes et Claudie Bélanger, le mandat de diriger la réflexion à cet égard, y compris l'opportunité «de créer un comité de travail pour étudier la question et recommander des lignes de conduite». Le comité entreprend ses travaux en mai 2019. Dans son rapport au Conseil, celui-ci recommande la publication d'un guide sur l'utilisation des médias sociaux par la magistrature et la création d'un programme de formation et de perfectionnement sur le sujet (séminaire, formation régionale, balado, fichier numérique audio ou vidéo, etc.), en vue de soutenir et d'accompagner les juges.

Présentation du guide

Ce guide s'inspire en partie des énoncés de principes ou des lignes directrices édictées sur cette thématique par d'autres juridictions, en particulier des *Lignes directrices non contraignantes sur l'utilisation des médias sociaux par les juges*¹³ proposées par le Réseau mondial pour l'intégrité judiciaire. Ces lignes directrices, adoptées à Washington le 6 novembre 2019, ont été présentées comme suit :

Les juges devraient, bien sûr, être impliqués dans les communautés qu'ils servent, mais l'intérêt public d'une telle participation, par le biais des médias sociaux, doit être équilibré avec la nécessité de maintenir la confiance du public dans la magistrature, dans le droit à un procès équitable et dans l'impartialité, l'intégrité et l'indépendance du système judiciaire¹⁴. (NOTRE TRADUCTION)

Le présent guide se veut un outil à l'intention des juges, pour leur permettre de faire un usage approprié des médias sociaux. Il importe d'assurer la conciliation entre le respect de la vie privée, le droit à la liberté d'expression et l'obligation d'indépendance et d'impartialité, qui sont indispensables à l'exercice de leurs fonctions. De même, comme les auteurs Pierre Noreau et Emmanuelle Bernheim l'ont exprimé, il importe de garder à l'esprit qu'«une tension inévitable existe ainsi entre le devoir de réserve que s'impose le juge et son obligation de rester en relation intime avec la société qui le mandate en tant qu'adjudicateur public¹⁵».

Énoncés de principes^{IV}

- 1.** Le juge, tant à titre de citoyen que dans le cadre de ses fonctions judiciaires, peut utiliser les médias sociaux dans ses communications personnelles et professionnelles. Cependant, il se doit en tout temps de respecter les règles d'éthique et de déontologie judiciaire qui le régissent et de maintenir la confiance du public dans l'intégrité du système judiciaire.
- 2.** Le juge connaît les règles de sécurité et de confidentialité des médias sociaux et il est prudent lorsqu'il les utilise. Au besoin, il suit les sessions de formation et de perfectionnement offertes, qui en présentent les avantages et les écueils.

IV. Étant donné que le guide s'adresse à chaque juge individuellement, le singulier est privilégié.

Identification ou anonymat (pseudonymes)

- 3.** Le juge peut révéler son identité sur les médias sociaux. L'utilisation de pseudonymes n'est ni recommandée ni interdite. En tout temps, il respecte les règles et les paramètres de sécurité et de confidentialité des plateformes des médias sociaux utilisés.

Contenu et comportement

- 4.** En ligne, le juge évite d'exprimer des points de vue ou de partager des informations personnelles ou professionnelles qui peuvent potentiellement porter atteinte à l'indépendance, à l'intégrité, à l'impartialité ou à la confiance du public à l'égard du système judiciaire.
- 5.** Le juge ne doit pas participer à des échanges privés sur les médias sociaux ou des services de messagerie avec des parties, leurs représentants ou le grand public au sujet de tous litiges ou affaires dont les tribunaux administratifs et judiciaires sont ou pourraient être saisis.
- 6.** Le juge fait preuve de circonspection quant au ton et au langage dont il fait usage, ainsi que de professionnalisme et de prudence dans toutes ses interactions sur les médias sociaux. Le juge traite les autres utilisateurs avec dignité et respect et ne banalise pas les préoccupations d'autres personnes.
- 7.** Le juge prend en considération les répercussions que pourraient avoir sur la dignité et l'intégrité judiciaires tous les types de contenu, comme des messages, des

commentaires, des mises à jour de statut, des photographies, etc. La même prudence s'impose lorsqu'il s'agit de réagir au contenu publié par d'autres utilisateurs. En d'autres mots, ce qu'il n'est pas souhaitable de voir largement diffusé ne doit pas être mis en ligne¹⁶.

- 8.** Le juge doit se demander si le contenu numérique de ses comptes de médias sociaux, antérieur ou non à sa nomination à la magistrature, risque de nuire à la confiance du public dans son impartialité et son intégrité ou dans celui du système judiciaire. Au besoin, il prend conseil auprès des juges-conseillers en matière d'éthique et de déontologie judiciaire à sa disposition. Le cas échéant, il supprime tout contenu pouvant potentiellement s'avérer problématique.
- 9.** Si un juge fait l'objet de commentaires désobligeants ou diffamatoires sur les médias sociaux, il s'abstient d'y répondre directement et en réfère plutôt aux autorités judiciaires compétentes.
- 10.** Le juge peut utiliser les médias sociaux pour suivre des institutions, groupes et personnes susceptibles de le renseigner sur les sujets d'actualité ou s'informer de sujets d'intérêts personnels ou professionnels. Cependant, il se garde de s'associer à certaines personnes ou à certains groupes lorsque cela pourrait nuire à la confiance du public dans son impartialité ou dans celle du système judiciaire en général.
- 11.** Le juge veille à ne pas utiliser les médias sociaux pour faire avancer ses propres intérêts ou ceux de tiers, qu'ils soient financiers, commerciaux ou d'autres natures.

Amitiés, relations en ligne et autres connexions

- 12.** Le juge fait preuve de diligence et de prudence lorsqu'il crée des amitiés et des relations ou lorsqu'il accepte des demandes d'amis en ligne.
- 13.** Le juge doit se rappeler que dans les médias sociaux, certains concepts, comme l'« amitié » ou le fait de « s'associer » à une personne ou à un organisme, peuvent différer de l'usage conventionnel et peuvent être moins intimes ou moins engagés. Cependant, lorsque le degré d'interaction en ligne devient plus personnel ou plus intime, le juge continue d'observer les règles d'éthique et de déontologie judiciaire.
- 14.** Le juge vérifie périodiquement ses comptes de réseaux sociaux – anciens comme nouveaux – et en révisé le contenu. Il veille à enlever ou bloquer des abonnés ou amis susceptibles de donner une apparence de partialité ou des préjugés. En cas de doute sur les relations ou le contenu en ligne, le juge est encouragé à solliciter les conseils des juges-conseillers en matière d'éthique et de déontologie judiciaire à sa disposition.

Confidentialité et sécurité

- 15.** Le juge ne prend pas position sur les médias sociaux et il n'y fait aucun commentaire qui puisse contrevenir aux règles d'éthique et de déontologie judiciaire. En effet, certains propos pourraient s'avérer embarrassants ou inappropriés s'ils devenaient publics. Rien n'est vraiment privé ou effacé sur Internet¹⁷.

- 16.** Le juge s'interroge sur la pertinence de publier certaines informations personnelles sur les médias sociaux, compte tenu des risques que cela peut entraîner, en particulier sur les plans de la confidentialité et de la sécurité, comme révéler sa localisation ou toute information similaire, directement ou indirectement.
- 17.** Le juge, qu'il utilise ou non les médias sociaux, porte une attention particulière au fait que des photos ou des enregistrements sonores ou vidéo peuvent être effectués à son insu et diffusés rapidement sur les médias sociaux.

Formation et perfectionnement

- 18.** Le juge est invité à suivre les sessions de formation en ligne ou à participer aux programmes de formation et de perfectionnement mis à sa disposition pour le soutenir et l'accompagner dans son utilisation des médias sociaux, en particulier sur les thématiques suivantes :
-
- Répertoire et présenter les principaux médias sociaux;
-
- Présenter leurs règles de fonctionnement et leurs paramètres de sécurité et de confidentialité;
-
- Sensibiliser les juges aux avantages et risques associés à l'utilisation des médias sociaux;
-
- Conseiller les juges sur les meilleures façons d'utiliser les médias sociaux dans le respect des règles d'éthique et de déontologie judiciaire;
-
- Soutenir les juges dans la sensibilisation des membres de leur entourage (famille, amis, etc.) aux règles d'éthique et de déontologie judiciaire.

Lexique des principaux médias sociaux



Facebook

Facebook est un réseau social en ligne, fondé en 2004 par Mark Zuckerberg et ses camarades de l'université Harvard, Chris Hughes, Eduardo Saverin, Andrew McCollum et Dustin Moskovitz. Facebook permet à ses utilisateurs de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers et des documents, d'échanger des messages, de joindre et de créer des groupes et d'utiliser une variété d'applications¹⁸.



Instagram

Instagram est une application, un réseau social et un service de partage de photos et de vidéos fondés et lancés en octobre 2010 par l'Américain Kevin Systrom et le Brésilien Michel Mike Krieger. Depuis 2012, l'application appartient à Facebook, elle est accessible sur les plateformes mobiles de type iOS, Android et Windows Phone ainsi que sur ordinateur, avec des fonctionnalités réduites¹⁹.



LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel en ligne créé en 2002 à Mountain View, en Californie, par Reid Hoffman, Allen Blue et trois autres entrepreneurs. LinkedIn peut être utilisé pour tout ce qui concerne la vie professionnelle : trouver du travail, des employeurs ou des prestataires de services, développer les affaires, etc.²⁰

Pinterest



Pinterest est un site Web américain mélangeant les concepts de réseautage social et de partage de photographies, lancé en 2010 par Paul Sciarra, Evan Sharp et Ben Silbermann. Il permet à ses utilisateurs de partager leurs centres d'intérêt et passions à travers des albums de photographies glanées sur Internet. Le nom du site est un mot-valise des mots anglais *pin* et *interest*, qui signifient respectivement « épingle » et « intérêt »²¹.

Reddit



Reddit est un site Web communautaire américain d'actualités sociales. Il fonctionne via le partage de signets permettant aux utilisateurs de soumettre leurs liens et de voter pour les liens proposés par les autres utilisateurs. Ainsi, les liens les plus appréciés du moment se trouvent affichés en page d'accueil. Fondé en 2005, Reddit contenait alors surtout du contenu sur la programmation et la science. Depuis, il ne cesse de se diversifier et de s'ouvrir à du contenu touchant un plus grand public²².

Snapchat



Snapchat est une application gratuite de partage de photos et de vidéos accessible sur les plateformes mobiles iOS et Android. Elle a été conçue et développée par des étudiants de l'université Stanford en Californie. Chaque photographie ou vidéo envoyée ne peut être visible par son destinataire que durant une période d'une à dix secondes ou, depuis récemment, avec une limite de durée d'une minute²³.



TikTok

TikTok est une application mobile de partage de vidéos et de réseautage social lancée en septembre 2016. L'application permet aux utilisateurs de créer des vidéos courtes accompagnées de musique, d'une durée de 3 à 60 secondes. Son logo évoque une note de musique²⁴.



Twitter

Twitter est un réseau social de microblogage qui permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement de brefs messages, appelés *tweets*, sur Internet, par messagerie instantanée ou par SMS. Ces messages sont limités à 280 caractères (140 caractères jusqu'en novembre 2017). Twitter a été créé le 21 mars 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass²⁵.



WhatsApp

WhatsApp (ou WhatsApp Messenger) est une application mobile multiplateforme qui fournit un système de messagerie instantanée chiffrée de bout en bout, aussi bien par Internet que par les réseaux mobiles. Elle a été créée en 2009 par Jan Koum et Brian Acton, deux anciens de la société américaine Yahoo!, avec l'objectif de remplacer le SMS. En février 2014, WhatsApp est acquis par Facebook²⁶.



YouTube

YouTube est un site Web d'hébergement de vidéos et un média social sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos en diffusion continue (en *streaming*). Il a été créé en février 2005 par Steve Chen, Chad Hurley et Jawed Karim, trois anciens employés de PayPal. Il a été racheté par Google en octobre 2006²⁷.

Références

1. À ce sujet, voir : Benjamin Thiers, « Réseaux sociaux et médias sociaux : quelle différence ? » blog.armstrong.space/2013/08/05/reseaux-sociaux-et-medias-sociaux-quelle-difference/ (page consultée le 6 mars 2020).
2. Simon Kemp, « Digital 2020: 3.8 billion people use social media » wearesocial.com/us/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/ (page consultée le 12 mars 2020).
3. Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO), « L'usage des médias sociaux au Québec », NETendances 2018, vol. 9, n° 5, 16 p.
4. **France** : Conseil supérieur de la magistrature, « Annexe du recueil des obligations déontologiques des magistrats », http://www.conseil-superieur-magistrature.fr/sites/default/files/atoms/files/csm_recueilobligationsdeontologiques.pdf (page consultée le 19 mars 2020).
Europe : European Commission for Democracy Through Law (Venice Commission), « Use Of Social Media By Judges - Deontological Rules Or Instructions - Relevant Case-Law », [venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-PI\(2019\)003-e](http://venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-PI(2019)003-e) (page consultée le 19 mars 2020).
États-Unis : National Center for State Courts, « Social Media and Judicial Ethics Up-date », ncsc.org/__data/assets/pdf_file/0025/37564/SocialMediaandJudicialEthics-Update-nov-2020.pdf (page consultée le 19 mars 2020).
Nations Unies : United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC), « Non-Binding Guidelines On The Use Of Social Media By Judges », unodc.org/documents/ji/social_media/Draft_Non-binding_Guidelines_on_the_Use_of_Social_Media_by_Judges_-_for_circulation.pdf (pages consultées le 12 mars 2020).
5. Centre Canadien de technologie judiciaire, « Utilisation des médias sociaux par les officiers judiciaires canadiens », cacp.ca/commit%C3%A9-sur-les-amendements-l%C3%A9gislatifs.html?asst_id=845 (page consultée le 18 mars 2020).

6. Institut national de la magistrature (INM), « Lignes directrices relatives à l'utilisation de sites de réseautage social », Ottawa, INM, 2017, 17 p.
7. Conseil canadien de la magistrature, « Principes de déontologie judiciaire », https://cjc-ccm.ca/sites/default/files/documents/2021/CJC_20-301_Ethical-Principles_Bilingual_Final.pdf (page consultée le 21 juin 2021).
8. *Ibid.*, paragraphe 2.A.5, p. 20.
9. *Ibid.*, paragraphe 5.B.15, p. 47.
10. Réseau francophone des conseils de la magistrature judiciaire (RFCMJ), « Le magistrat dans la cité - rapport de synthèse du colloque », Bruxelles, 22-23 novembre 2018, 24 p.

Le rapport du groupe de travail: Réseau francophone des conseils de la magistrature judiciaire (RFCMJ), « Les réseaux sociaux et la magistrature. Un magistrat branché : à quelles conditions ? », Novembre 2018, 19 p. <https://rfcmj.com/documentation/> (page consultée le 19 mars 2020).
11. Réseau francophone des conseils de la magistrature judiciaire (RFCMJ), « Le magistrat dans la cité - rapport de synthèse du colloque », *op. cit.*, p. 21-22.
12. *Ibid.*, p. 22.
13. United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC), *op. cit.* (document disponible uniquement en version anglaise).

À ce sujet, la baladodiffusion *L'utilisation des réseaux sociaux par les juges*, avec le juge Jean Tannous du Liban, présente les lignes directrices ainsi que le rapport du RFCMJ : apple.co/2SHnsnH.
14. Citation originale : « Judges should, of course, be involved in the communities they serve, but the public benefit of such involvement and participation through social media must be balanced with the need to maintain public confidence in the judiciary, in the right to a fair trial, and in the impartiality, integrity and independence of the judicial system. »
(Notre traduction)
15. Pierre Noreau et Emmanuelle Bernheim, « La déontologie judiciaire appliquée, 4^e édition », Montréal, Wilson & Lafleur, 2018, p. 16.

16. Institut national de la magistrature (INM), « Lignes directrices relatives à l'utilisation de sites de réseautage social », *op. cit.*, p. 6.
17. Centre canadien de technologie judiciaire, *op. cit.*
18. Wikipédia, « Facebook », fr.wikipedia.org/wiki/Facebook (page consultée le 18 mars 2020).
19. Wikipédia, « Instagram », fr.wikipedia.org/wiki/Instagram (page consultée le 18 mars 2020).
20. Wikipédia, « LinkedIn », fr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn (page consultée le 18 mars 2020).
21. Wikipédia, « Pinterest », fr.wikipedia.org/wiki/Pinterest (page consultée le 18 mars 2020).
22. Wikipédia, « Reddit », fr.wikipedia.org/wiki/Reddit (page consultée le 5 octobre 2020).
23. Wikipédia, « Snapchat », wikipedia.org/wiki/Snapchat (page consultée le 18 mars 2020).
24. Wikipédia, « Tik Tok », fr.wikipedia.org/wiki/TikTok (page consultée le 2 octobre 2020).
25. Wikipédia, « Twitter », wikipedia.org/wiki/Twitter (page consultée le 18 mars 2020).
26. Wikipédia, « WhatsApp », fr.wikipedia.org/wiki/WhatsApp (page consultée le 18 mars 2020).
27. Wikipédia, « YouTube », fr.wikipedia.org/wiki/YouTube (page consultée le 18 mars 2020).

Liste des visionnements suggérés

- *The Social Dilemma*, documentaire disponible sur Netflix.
- *Du côté de chez Catherine* (Perrin), extrait de l'émission: bit.ly/362bixc (Discussion avec deux anciens employés de Twitter et Google).
- *Judges' Use of Social Media* (baladodiffusion): apple.co/347meHv (iTunes) ou youtube.com/watch?v=tSH1wYKpi_g (YouTube) (Formation par le juge anglais Barry Clarke. Il y fait une présentation sommaire [tenants et aboutissants] de l'utilisation des médias sociaux par la magistrature.).

Ce guide se veut un outil à l'intention des juges,
pour leur permettre de faire un usage approprié
des médias sociaux.

Le juge, tant à titre de citoyen que dans le cadre de ses fonctions judiciaires, peut utiliser les médias sociaux dans ses communications personnelles et professionnelles. Cependant, il se doit en tout temps de respecter les règles d'éthique et de déontologie judiciaire qui le régissent et de maintenir la confiance du public dans l'intégrité du système judiciaire.