

## Chapitre 12

### Internet et la transgression des règles du jeu politique

Internet par sa rapidité, son anonymat et son interactivité, favorise l'esprit ludique et conduit certains internautes à transgresser les règles établies. Les "hackers" se sont ingénies à violer les systèmes de sécurité les plus sophistiqués pour accéder aux secrets des grandes entreprises ou d'organisations étatiques sensibles. Plus une entreprise est puissante, plus elle a de pouvoir, plus elle est attirante pour les casseurs de codes. Même Microsoft n'a pu résister au génie de l'effraction informatique. Les institutions politiques subissent elles aussi les assauts des internautes qui rivalisent d'imagination pour déjouer et mettre en cause les règles du jeu. Durant la campagne présidentielle américaine, on a créé des sites où l'on pouvait vendre son vote aux enchères. Même si cette pratique est interdite par la loi américaine, Internet grâce à son ubiquité permet de contourner les législations nationales et d'échapper au contrôle judiciaire. C'est par l'intermédiaire d'un site autrichien que les courtiers en vote ont pu opérer aux États-Unis. D'autres ont imaginé un système permettant d'échanger son vote afin d'en maximiser l'utilité, c'est le "vote-swapping" ou le vote tactique. Dans le système électoral américain, la plupart des électeurs perdent leur vote, car le mode de scrutin uninominal à un tour permet à un candidat d'être élu avec une majorité simple. Lorsqu'il y a plus de deux candidats en compétition, cela signifie qu'un candidat peut être élu avec le soutien d'une minorité d'électeurs. Dès lors, les

électeurs sont portés à voter de façon utile, c'est-à-dire non pas pour le parti ou le candidat qu'ils préfèrent, mais pour celui qui a le plus de chance de défaire le parti qu'ils aiment le moins. Ce choix forcé contribue au désenchantement et à la démobilisation des électeurs. Pour contrer ce phénomène, on a donc offert aux électeurs la possibilité de troquer leur vote lorsqu'ils avaient l'intention de voter pour le candidat écologiste Ralph Nader dans les États où la compétition entre les démocrates et les républicains était serrée. Le dilemme se posait de la façon suivante: si l'électeur écologiste votait selon ses convictions, il contribuerait à faire élire le candidat républicain qui était idéologiquement le plus éloigné de ses positions idéologiques. Par ailleurs, dans les États conservateurs où la victoire républicaine était assurée, les électeurs démocrates étaient assurés de perdre leurs votes. Dès lors, pourquoi ne pas échanger ces votes perdus pour des votes gagnants dans les États où la compétition était serrée. Ainsi, un électeur écologiste de Floride pouvait s'engager à voter démocrate à la condition qu'un électeur démocrate du Texas s'engage à son tour à voter pour le candidat écologiste. Ce système d'échange permettait à chaque vote de peser dans la balance électorale et de refléter l'état réel de l'opinion publique, ce qui est le but premier de la consultation électorale. Il avait aussi l'avantage de maximiser les chances des Verts d'atteindre le seuil des 5 % leur permettant de bénéficier des remboursements des dépenses électorales. Cette idée a été défendue par un professeur de droit constitutionnel Jamin Raskin dans le magazine électronique Slate du 24 octobre 2000 et fut proposée par le site [nadertrader.org](http://nadertrader.org). Mais ce qui est techniquement réalisable n'est pas légalement faisable, car la loi américaine interdit le rôle des intermédiaires et la " marchandisation " des votes.

Comme Internet est un mode de communication facilement accessible et multidirectionnel, comme il abolit les distances, dans un pays aussi étendu que le Canada, on peut aussi s'en servir pour

divulguer les résultats électoraux d'une région du pays avant que les bureaux de scrutin d'une autre région ne soient fermés. Le dévoilement prématuré des résultats d'une région pourrait influencer les résultats dans une autre région. L'article 329 de la loi électorale interdit explicitement cette pratique. Avec les médias traditionnels, la loi pouvait réglementer la diffusion des résultats en modulant leur divulgation selon les fuseaux horaires ce qui assurait des conditions de vote identiques sur tout le territoire. Avec Internet, le contrôle devient plus aléatoire. Un homme d'affaires de Burnaby en Colombie britannique a défié la loi canadienne en invoquant le principe de la liberté d'expression en diffusant les résultats des provinces de l'Est avant la fermeture des bureaux dans l'Ouest, au risque de se voir confisquer son matériel informatique. Mais n'importe quel serveur au sud de la frontière ou ailleurs dans le monde pourrait en faire autant sans encourir les foudres de la loi canadienne. Pour empêcher ces pratiques, le législateur canadien a modifié les heures d'ouverture et de fermeture des bureaux de scrutin de façon à réduire le décalage horaire entre les différentes régions du Canada, ceux de l'Est ouvrant et fermant une heure plus tard que ceux de l'Ouest (voir article 128 de la loi électorale du Canada).

L'utilisation d'Internet pour diffuser de la publicité électorale a aussi posé des problèmes juridiques en 1997. Un citoyen d'Ottawa avait alors utilisé son site personnel pour diffuser un message incitant à voter pour le Parti vert du Canada. Ce faisant il contrevenait à l'article 259.2 (1) de la loi électorale qui oblige à préciser par qui cette publicité a été autorisée et payée. M. Krishna Bera étant passible d'une amende de 1000\$ il a décidé de retirer cette page. Mais ce cas a fait évoluer la loi électorale qui dans sa nouvelle version (art 319.d) ne considère plus comme de la publicité électorale la diffusion par un individu, sur une base non-commerciale, de ses opinions politiques sur Internet.

Internet peut aussi encourager les pratiques déloyales. Il est par exemple possible à un individu d'usurper ou de "squatter" l'identité d'une personnalité politique connue en l'enregistrant comme nom de domaine auprès d'organismes agréés. Cette pratique est connue sous le nom de "cybersquatting". Cette opération peut être faite soit dans le but de spéculer sur la valeur de rachat de ce nom de domaine, soit pour empêcher cette personne d'utiliser son propre nom pour référencer son éventuel site. Cette mésaventure est arrivée à Philippe Séguin qui a dû racheter le nom de son site [Seguin2001.com](http://Seguin2001.com) lors des élections municipales françaises. Edouard Balladur commit la même imprudence en ne faisant pas enregistrer le nom de son site et fut victime d'un usurpateur. Même l'Élysée a été victime d'un site pirate [www.elysee.org](http://www.elysee.org) qui a été créé pour parodier le Président de la République qui disposait d'un site officiel appelé [www.elysee.fr](http://www.elysee.fr). De même, le nom du Premier ministre du Québec Bernard Landry, [bernardlandry.com](http://bernardlandry.com), appartient à un citoyen de Caroline du Sud qui veut le revendre avec profit et qui pour inciter le Premier ministre souverainiste à faire diligence fait la promotion de l'unité canadienne. Quant à Mike Harris, Premier ministre de l'Ontario, son nom de domaine était la propriété de son adversaire politique, le Parti libéral de l'Ontario. Le nom du Premier ministre canadien, Jean Chrétien a été accaparé par un cybersquatter de l'Alberta. Les noms de partis politiques sont aussi victimes de cette arnaque. Les noms de domaine en .net et .org du Parti québécois et du Parti libéral du Québec ont appartenu à des Californiens.<sup>172</sup> Aux États-Unis, George Bush a oublié de renouveler ses droits sur le nom de son site de campagne [bush2000.com](http://bush2000.com) qui a été accaparé par une société russe qui y a installé un site pornographique.<sup>173</sup>

---

<sup>172</sup> Voir *La Presse*, 4 avril 2001. " Les noms volés sur Internet ".

<sup>173</sup> Voir [www.politease.com](http://www.politease.com)

Un esprit malveillant qui veut nuire à un parti peut aussi construire un site imposteur qui utilise un nom de domaine presque identique à celui employé par l'adversaire afin de tromper l'internaute qui cherche de l'information sur un parti en le dirigeant vers une page d'accueil qui présente un message très négatif, ce qui est arrivé aux candidats américains Bush et Gore. George Bush a très mal réagi à l'apparition de sites parodiques, ses protestations ayant surtout servi à leur faire de la publicité et à inciter le public à fréquenter ces sites qui ont connu un afflux de visiteurs à chaque fois que le candidat républicain se plaignait à la télévision. Il a porté plainte contre un de ces sites imposteurs très virulent où il était calomnié, mais la FEC (Federal Election Commission) refusa d'agir contre l'individu qui possédait ce site afin de ne pas restreindre la liberté d'expression et parce que la publication d'opinion personnelle ne pouvait être considérée comme une dépense électorale lorsqu'elle était faite sans consultation du candidat.

Au Canada, durant la campagne de l'automne 2000, le chef du Bloc québécois, Gilles Duceppe, fut victime de cette usurpation d'identité. Un individu donna le nom du chef du Bloc à son site, mais celui qui d'aventure tombait sur ce site y découvrait un message contraire à l'option souverainiste de ce parti puisque le message contenait un plaidoyer en faveur du fédéralisme canadien. On pouvait y lire cette prise de position: "Au cours de la prochaine élection fédérale, j'encourage tous les Canadiens du Québec à voter pour le Canada en votant pour le parti fédéraliste de votre choix." Ce message n'était toutefois pas anonyme car son auteur s'identifiait à la fin comme étant Jonathan Denis, originaire d'Alberta et prétendait avoir reçu 62000 visiteurs qui pouvaient laisser des commentaires. Ce site était agrémenté de photos qui n'avaient pas pour but de mettre ce chef en valeur. En France, Bertrand Delanoë fut aussi victime d'une forme de détournement de sens car un site pornographique a utilisé son nom dans son adresse

électronique afin d'exploiter la notoriété du candidat socialiste et d'augmenter le trafic sur le site en question. La supercherie a été découverte par le moteur de recherche Nomade qui, avant de référencer le site hébergé par Geocities, en a vérifié le contenu.

On peut aussi organiser l'attaque d'un site en lui envoyant une grande quantité de courriels qui vont l'engorger et le rendre inaccessible. Le site de l'Alliance canadienne a été victime d'une telle attaque au début de la campagne électorale. Même si l'Alliance a logé une plainte auprès de la GRC, les émules politiques de Mafiaboy peuvent opérer impunément le temps d'une campagne électorale et vandaliser la communication électorale d'un parti.

L'utilisation politique d'Internet pose un certain nombre de problèmes juridico-politiques car cette nouvelle technologie en plus d'augmenter la panoplie des techniques déloyales, peut aussi invalider certaines règles électorales concernant plus particulièrement les législations encadrant le financement des campagnes électorales. Ainsi, la loi française interdit d'utiliser de l'argent de la commune pour faire de la propagande électorale. Or, il est normal qu'un maire expose le bilan de son administration en se servant du site de sa municipalité, car cela fait partie de l'information courante que sont en droit de recevoir les citoyens. Mais le maintien de cette information sur le site durant la période électorale constitue-t-il une infraction à la loi? Comment comptabiliser cette dépense dans les comptes de campagne? Le candidat doit-il rembourser le coût de conception du site ou seulement le coût de son hébergement? Cette question n'a pas encore été tranchée par les autorités compétentes françaises, et il y a pour l'instant un vide juridique. Un problème similaire se pose pour les sites créés pour fins publicitaires en période électorale, car un site Internet partisans pourrait tomber sous l'interdiction de l'article L.50.1 qui prohibe la mise à disposition du public d'un numéro

d'appel téléphonique ou télématique gratuit.<sup>174</sup> De plus, la loi française interdit l'affichage et la publicité entre trois mois et quinze jours qui précèdent l'élection. Dès lors, un site de campagne qui contient le programme du candidat sera-t-il assimilé à de la publicité ? Enfin les candidats et les partis qui maintiennent leur site ouvert la veille et le jour du scrutin contreviennent-ils à la loi qui interdit toute forme de publicité ? Certains candidats aux élections municipales des 11 et 18 mars 2000, ont fermé provisoirement leur site durant les fins de semaine précédant le scrutin pour se conformer à la législation sur la propagande électorale qui stipule à l'article L49, alinéa 2 "qu'à partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de diffuser ou de faire diffuser par tout moyen de communication audiovisuelle tout message ayant un caractère de propagande électorale." Cette règle fut appliquée à la lettre par la liste Delanoë et par la liste Séguin à Paris qui ont fermé temporairement leurs sites les 10 et 11 mars et les 17 et 18 mars. Elle fut respectée par les principales formations politiques. Mais de nombreuses listes qui avaient obtempéré à la réglementation au premier tour ne revinrent pas en ligne par la suite, soit parce qu'elles avaient été battues, soit parce qu'elles ne considéraient pas que cela en valait la peine pour la semaine entre les deux tours puisqu'il fallait aussi fermer le site le vendredi suivant à minuit. Selon un sondage effectué sur le site de la liste Forette-Toubon dans le XIII<sup>e</sup> arrondissement, 61 % des répondants estimaient que les sites ne devraient pas être fermés la veille du scrutin.

Par ailleurs, l'irruption d'Internet dans le processus électoral a forcé le législateur français à modifier la loi sur la publication des sondages qui était interdite une semaine avant le jour du scrutin. Cette interdiction devenait absurde dans la mesure où tout citoyen branché pouvait connaître ces résultats sur Internet et qu'il était

---

<sup>174</sup> Voir *Le Monde*, 24 janvier 2001.

impossible de sanctionner leur diffusion par ce mode de communication.

Au Canada, la nouvelle loi électorale entrée en vigueur le premier septembre 2000 stipule (art. 323) que les partis peuvent maintenir leur site Internet en ligne même durant la période où il est interdit de diffuser de la publicité c'est-à-dire la veille et le jour du scrutin à la condition que le contenu n'en soit pas modifié.

Dans les pays où les partis sont autorisés à acheter du temps d'antenne pour diffuser des messages à la télévision, Internet pourrait servir à contourner les principes de l'équité et de l'équilibre qui sont inscrits dans la loi électorale. Lors des consultations électorales de 2000, les partis américains et canadiens ont utilisé de grands portails comme Yahoo ou InfiniT.com pour diffuser des messages publicitaires, redirigeant le citoyen vers leur site de campagne. Cette pratique pourrait entraîner des déséquilibres, car rien n'oblige ces portails à offrir le même service à des prix compétitifs à tous les partis ou candidats et surtout il est très difficile de contrôler la diffusion de bandes annonces sur la multitudes de sites qui existent.

Le débat sur la réglementation des usages électoraux d'Internet ne fait que débiter. Jusqu'à présent, la plupart des pays ont adopté une attitude attentiste préférant traiter les problèmes au cas par cas. Tant et aussi longtemps que les effets d'Internet ne sont pas connus, il est difficile de justifier un contrôle.