Les réseaux sociaux : cette « zone de non-droit » qui choisit nos élus ?

Le citoyen pénètre dans l'isoloir, rideau tiré, pensant être seul avec sa conscience. Pourtant, son pouce porte encore les stigmates d'heures de scrolling matinal. Entre deux vidéos virales et un tweet incendiaire, son opinion s'est cristallisée dans le creuset de l'algorithme. On le dit souverain ; il est peut-être, à son insu, sous influence. L'expression « zone de non-droit », souvent brandie pour décrire cet espace, est un paravent commode mais trompeur. Les réseaux sociaux ne sont pas un désert juridique ; ils sont un territoire de « droit substitué » où les Conditions Générales d'Utilisation (CGU) des plateformes et les algorithmes privés dictent une loi plus rapide que celle de la République. Pour notre démocratie le danger est immense : celui d'une élection où la Loi s'efface devant le clic.

Cette érosion commence par l'atteinte à la sincérité du scrutin, principe cardinal découlant de l'article 3 de la Constitution de 1958. Mais que reste-t-il de cette sincérité quand l'électeur est enfermé dans une bulle de filtre? L'algorithme ne cherche pas la vérité, il cherche l'engagement. En flattant nos biais de confirmation, il fragmente le débat public en une multitude de monologues, faisant voler en éclats l'objectif à valeur constitutionnelle de préservation du caractère pluraliste des courants d'expression. À cette manipulation invisible s'ajoute la menace des deepfakes. La loi de 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information (LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018) a tenté de dresser un rempart, validé par le Conseil constitutionnel (décision n° 2018-773 DC). Mais face à l'immédiateté numérique, le juge des référés semble armé d'un bouclier de papier. Si une vidéo générée par intelligence artificielle foudroie la réputation d'un candidat à trois jours du vote, la vérité n'aura jamais le temps de rattraper le mensonge avant que les urnes ne soient scellées.

Cette altération du jugement individuel se double d'une déformation profonde de la compétition elle-même. C'est ici que la « zone de non-droit » se fait la plus cynique, au cœur du financement électoral. Le droit électoral français repose sur une ambition fragile : l'égalité des chances entre les candidats, théoriquement garantie par un plafond de dépenses identique pour tous. Pourtant, sur TikTok ou Instagram, la visibilité est devenue une marchandise de luxe. Si l'article L. 52-1 du Code électoral interdit la publicité politique à l'approche des élections, il reste impuissant face à la professionnalisation de la viralité. Un candidat soutenu par un grand parti peut s'offrir des agences de communication spécialisées, des monteurs professionnels et des stratèges capables de « hacker » les algorithmes pour imposer un récit. Derrière la spontanéité affichée d'une vidéo TikTok, à l'instar des stratégies de conquête numérique de personnalités comme Rachida Dati, se cachent souvent des agences de communication et des stratèges de la viralité.

Le déséquilibre est flagrant : l'argent n'achète plus des affiches, il achète des audiences ciblées et des armées de bots simulant une popularité artificielle. Pire encore, le « marché noir » de l'influence échappe totalement au contrôle de la Commission des comptes de campagne et des financements politiques (CNCCFP). Un influenceur rémunéré en sous-main pour « placer » un candidat auprès d'une audience jeune agit comme un homme-sandwich 2.0 dont la trace financière est quasi indétectable. Dans ce système, la rupture d'égalité n'est pas dans l'accès au média, mais dans la capacité financière à dompter sa mécanique interne. Ce n'est plus forcément le candidat le plus convaincant qui gagne la bataille de l'attention, mais celui qui dispose du budget le plus agile pour transformer un programme en produit viral. Mais ce marché de l'attention, s'il fragilise l'équité interne, pose surtout la question de la

main qui tient le marteau. En déléguant l'infrastructure de notre débat public à des firmes transnationales, nous acceptons que le thermomètre de notre vie politique appartienne à des puissances étrangères. Qui décide de bannir un candidat ou de modérer un propos ? Ce n'est plus le magistrat au nom du Peuple français, mais la main invisible d'un modérateur privé ou l'arbitraire d'un algorithme opaque qui exerce une justice discrétionnaire.

Comme le soulignait Guy Carcassonne, si une « bonne Constitution ne peut suffire à faire le bonheur d'une nation, une mauvaise peut suffire à faire son malheur ». Notre texte fondamental a été écrit pour un monde de radio et de papier ; il doit aujourd'hui devenir le bouclier de notre libre arbitre. Pour que les réseaux sociaux ne choisissent pas nos élus, nous devons réaffirmer que, dans l'isoloir comme sur l'écran, le seul souverain reste le citoyen, et non l'algorithme.