



الائتلاف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب  
ISLAMIC MILITARY COUNTER TERRORISM COALITION



Rapports Internationaux

19

# DISCOURS DE HAINE ET D'EXTRÉMISME DANS LE CYBERESPACE



Novembre 2020

www.imctc.org



## Rapports Internationaux

Une publication mensuelle de la Coalition Islamique Militaire pour Combattre le Terrorisme

---

### Superviseur général

**Le Major Général Mohammed bin Saïd Al-Mughaidi**

Secrétaire Général de la Coalition Islamique Militaire pour Combattre le Terrorisme

---

### Rédacteur en chef

**Ashour Ibrahim Aljuhani**

Directeur du Centre des Études et des Recherches

---

**Remarque:** Les idées exprimées dans ce rapport représentent l'opinion de ses auteurs et pas nécessairement l'opinion de la CIMCT.

---

### Conception, réalisation et édition

Société Taoq pour la Recherche et les Médias



Courriel: [info@taoqresearch.org](mailto:info@taoqresearch.org)

Téléphone: +966 114890124

---



Rapports Internationaux

19

Novembre 2020

## DISCOURS DE HAINE ET D'EXTRÉMISME DANS LE CYBERESPACE

Les discours de haine et d'extrémisme et la diffusion de fausses nouvelles dans le Cyberspace numérique sont de plus en plus signalés, mais rares sont ceux qui analysent l'impact de ces phénomènes sur la société, ou les méthodes utilisées par les apôtres de l'outrance pour attirer leurs adeptes vers leurs idées extrémistes sur la toile. Toutefois, il se peut que la question la plus importante soit de déterminer la relation entre le discours de haine sur Internet et la violence dans la société? Certaines études montrent que la violence se multiplie avec la diffusion de plus de haine sur les médias et réseaux sociaux. Le discours haineux sur Internet engendre-t-il la violence, ou reflète-t-il simplement l'infiltration de la société par les groupes extrémistes? Quels sont les circonstances et les moyens poussant et permettant aux promoteurs de la haine de commettre des actes de violence?



## Analyse et étude du problème

Nous n'avons pas encore de réponses définitives aux questions précédentes, car le phénomène du message haineux devra être abordé dans un contexte sociétal global et la question devra être analysée de fond en comble. L'étude entre nos mains cherche à disséquer ce problème et fournit des informations variées sur les activités extrémistes sur Internet. Elle a été préparée par des experts de diverses disciplines, portant sur les aspects psychologiques, politiques et techniques du discours de haine et d'extrémisme. On y analyse les groupes extrémistes, les effets potentiels de la désinformation, les algorithmes de recherche dans les médias et réseaux sociaux, les lacunes de la contre-action, et on présente des recommandations pour les décideurs politiques, le secteur privé et la société civile, pour répondre à ce défi.

L'étude s'intitule «Hate Speech and Radicalization Online», et a été publiée en collaboration avec le Centre International pour l'Étude de l'Extrémisme et de la Violence Politique (ICSR) du King's College de Londres, l'Institut For Strategic Dialogue (ISD) et la Fondation Amadio Antonio, dans le cadre de leur initiative 2016 pour lutter contre l'extrémisme et les discours haineux (Online Civil Courage Initiative - OCCI).

L'étude a été co-rédigée par une équipe d'experts de lutte contre l'extrémisme, dont Dr. Peter Newman, fondateur du Centre International pour l'Étude de l'Extrémisme et de la Violence Politique (ICSR) au King's College de Londres; Daniel Koehler, Directeur de l'Institut Allemand d'Études et de Contrôle de l'Extrémisme; Johannes Baldov, Président

de l'Initiative OCCI en Allemagne; Julia Ebner, Chercheuse à l'Institut de Dialogue Stratégique à Londres et Dr. Christian Montag, Professeur à l'Institut de Psychologie de l'Université d'Olm.

En présentant l'étude, M. Newman a déclaré que les discours de haine et d'extrémisme ne sont pas de nouveaux phénomènes, mais leurs manifestations et leurs conséquences ont considérablement changé au cours des dernières décennies, en raison de l'impact croissant d'Internet, qui a radicalement modifié notre vie, et par voie de conséquence le comportement communicatif des extrémistes, de sorte que le discours de haine s'est propagé irrémédiablement sur Internet et résisté à toutes les tentatives de le bloquer et de l'éliminer.

L'un des plus grands problèmes dans la résolution de ce phénomène est que la technologie évolue plus rapidement que la recherche et que le projet de recherche qui traite de l'extrémisme et du discours haineux prend des années et n'aura plus de valeur effective au fil du temps, car l'environnement technologique aura radicalement changé.

## Entre complexité et flexibilité

La propagation du discours haineux et au contenu extrémiste sur Internet est devenue plus complexe, et ses promoteurs plus rapides et plus perspicaces, profitant de la difficulté de pondérer la sécurité et la protection de la démocratie, le droit à la vie privée et la liberté d'opinion. La lutte contre ce discours a suivi trois voies principales:

- ◆ Restreindre l'accès aux discours de haine et au contenu extrémiste en les supprimant.



- ◆ Rivaliser avec ce contenu, en fournissant un large éventail de points de vue et de discours opposés ou alternatifs.
- ◆ Promouvoir la résilience des internautes par le biais de l'éducation numérique et des campagnes publiques de sensibilisation.

Dans le **Premier Chapitre**, Simone Rafael et Alexander Ritzmann passent brièvement en revue les débats en Allemagne entre politiciens sur les discours haineux et l'extrémisme sur Internet, et l'adoption d'une législation appelée «NetzDG Application de la loi». Ils discutent de la question de savoir si cela a permis la suppression plus efficace des contenus extrémistes, sans compromettre la liberté d'expression et proposent d'affiner la législation à travers une consultation plus large avec la société civile et d'autres parties prenantes.

Les discours haineux sur les réseaux sociaux en Allemagne sont restés longtemps sous-censurés, jusqu'à ce qu'en 2015, le Ministère Fédéral de la Justice a mis en place un groupe de travail pour faire face au phénomène et répondre aux contenus extrémistes sur Internet, et lorsque la loi NetzDG est entrée en vigueur en février 2018, les politiciens ont été critiqués à la fois par les extrémistes et les représentants de la société civile.

Dans le **Deuxième Chapitre**, Daniel Köhler et Julia Ebner expliquent les stratégies des groupes extrémistes dans l'exploitation du potentiel d'Internet pour polariser la société, recruter des individus, terroriser les opposants et manipuler les débats en ligne. Ils mettent l'accent sur les similitudes dans leurs plans et moyens en ligne, malgré leurs oppositions et montrent la nécessité de bien comprendre leurs méthodes pour développer des réponses appropriées et significatives.

En 2005, Ayman Al-Zawahiri, Vice-commandant d'Al-Qaïda, a écrit une lettre à Abou Moussab Al-Zarqawi, chef d'Al-Qaïda en Irak, critiquant la brutalité excessive de la branche irakienne d'Al-Qaïda et exprimant la crainte que de telles violences ne conduisent à une perte de soutien communautaire. Les craintes d'Al-Zawahiri ont été confirmées, et l'année suivante, les groupes sunnites à Al-Anbar s'opposèrent au groupe en réaction à sa brutalité.

Un an avant le message d'Al-Zawahiri, l'idéologue du groupe Abu Bakr Naji, rédigea son livre «Gestion de la barbarie», considéré par certains Chercheurs comme un guide pour l'organisation terroriste, où il

signale l'importance d'afficher des images d'attaques et de victimes sur Internet pour générer un sentiment durable d'insécurité, de peur, de chaos et de brutalité qui ciblent non seulement l'Occident, mais aussi la population civile des pays musulmans, dans le but d'attirer les citoyens en quête de sécurité et d'ordre en les convainquant que ces groupes extrémistes assouviront leur faim.

Naji qui voit que les médias ont un impact sur le conflit, prône une double stratégie médiatique pour Al-Qaïda ciblant deux catégories: Les masses pour les pousser à rejoindre le groupe ou le soutenir, et les soldats ennemis les moins bien payés, pour les inciter à rejoindre les combattants extrémistes, ou du moins désertre l'ennemi.

Le terrorisme de droite a adopté la même logique en suivant la «stratégie de l'agitation», permettant aux partis d'extrême droite, qui dénoncent la faiblesse de l'État démocratique et exigent une approche dure contre la criminalité, de bénéficier du sentiment d'insécurité. Les extrémistes de droite accordent la plus haute priorité à la guerre d'information et tentent d'utiliser les médias traditionnels et modernes pour atteindre leurs objectifs. Au début de 1998, David Duke, alors chef du Klu Klux Klan, a écrit que l'Internet sera utile pour la révolution mondiale et la sensibilisation à la race blanche et aidera le mouvement à s'adresser aux groupes cibles directement indépendamment des médias traditionnels.

Le principal groupe cible des deux mouvements est celui des jeunes; c'est pourquoi la propagande de l'EI (Daech) imite souvent les films hollywoodiens ou les jeux informatiques, pour présenter ses spots de manière attrayante aux jeunes. Les fascistes néo-italiens ont présenté le terroriste de droite Luca Trini, qui a abattu des immigrants africains en février 2018, comme le Dieu de la Guerre Raciale, en référence au jeu God of War.

### Plans et approches entre État Islamique (Daech) et Extrême Droite

Les plans stratégiques de la propagande médiatique de l'EI (Daech) reposent sur trois bases:

- ◆ Récits positifs sur l'État Islamique (Daech).
- ◆ Réfutation généralisée de la contre-rhétorique.
- ◆ Attaques médiatiques organisées.

L'action médiatique de ces plans stratégiques est présentée comme équivalent au djihad physique, sinon plus important.

La **première base** de la stratégie médiatique de l'EI (Daech), (Récit positif et alternatif), vise à créer une

marque attrayante pour l'organisation auprès du grand public, car l'objectif fondateur de Daech (dans leur dire) n'est pas un simple rejet du statu quo ou un défi à la tyrannie, mais serait une alternative positive offrant une solution globale sans trop parler du problème; ce qui constitue un changement de communication pour l'organisation terroriste, «l'innovation la plus importante pour Daech dans le domaine des communications stratégiques».

La **deuxième base** (contre-discours) appelle les professionnels médiatiques de l'organisation à créer des barricades d'arguments et de contre-preuves pour se défendre contre l'invasion intellectuelle des soi-disant infidèles. La logique de cette stratégie est très proche des schémas idéologiques de l'extrême droite. «L'ignorance sera établie parmi le peuple, et il suffira de quelques décennies pour que cette génération de combattants au nom d'Allah Tout-Puissant disparaisse, et vous ne trouverez personne pour parachever l'œuvre», dit une propagande de l'EI (Daech). Les extrémistes de droite en Allemagne utilisent un argument similaire lorsqu'ils soulignent la détérioration de la capacité défensive ou de la qualité biologique de la race aryenne, en raison de la migration et du multiculturalisme social. Dans les deux cas, la cri d'alarme aborde une crise existentielle devant être évitée à tout prix.

La **troisième base** de la stratégie est que l'EI (Daech) utilise les médias comme une arme psychologique pour soutenir les opérations terroristes militaires, ce qui explique la publication par le groupe d'images choquantes telles que les exécutions horribles.

L'extrême droite mondiale a une stratégie médiatique plus complexe qui vise à déformer la perception du public et influencer le débat politique avec des campagnes coordonnées de tromperie, de haine et de désinformation sur les médias sociaux. Et quoique ces campagnes soient menées dans le monde virtuel, elles ne sont pas sans conséquences réelles, inspirant des actes violents, terrorisant les opposants et affectant les élections.

### Bulles de filtrage

Dans le **Troisième Chapitre**, Dr. Christian Montag examine les effets des «bulles de filtrage» sur la polarisation politique d'un point de vue psychologique, et souligne la nécessité d'une recherche plus multidisciplinaire pour mieux comprendre ce phénomène croissant.

Le terme «bulles de filtrage» (Filter bubbles) inventé par Eli Pariser, en 2011, vise à expliquer l'impact

des médias et réseaux sociaux sur l'extrémisme et la polarisation politique sur Internet, à travers l'isolement pouvant affecter les internautes lorsque sur la base d'algorithmes, les sites d'Internet ne leur fournissent que les informations qu'ils sont supposés désirer, leur bloquant ainsi les points de vue différents et ne leur offrant que ce qui est compatible avec leurs idées et leurs vœux. Les sites Web font ces hypothèses en fonction des informations tirées de l'utilisateur, telles que le comportement des clics précédents, l'historique de navigation et l'historique de recherche.

Les études ont confirmé que les «J'aime» sur Facebook fournissent beaucoup d'informations sur les variables personnelles, telles que l'orientation politique ou l'orientation sexuelle, et peuvent déterminer les personnalités des gens en explorant les textes ou en analysant le vocabulaire qu'ils utilisent sur les médias et réseaux sociaux. Ce type de données est intéressant lors de l'étude de l'effet des bulles de filtrage. Une des composantes clés de toute pensée consciente est de discuter différents points de vue, mais le filtrage des nouvelles conduit à des bulles qui n'ajoutent rien aux gens, ne leur montrent que ce qu'ils aiment, de sorte que ces filtres peuvent faciliter l'extrémisme parmi les gens, en réduisant leur connaissance des différentes opinions de la société.

### Désinformation

Dans le **Quatrième Chapitre**, Carolin Schwarz et Joseph Holnburger analysent le danger de la désinformation dans la diffusion du discours haineux et des vues extrémistes sur Internet, et évaluent les tentatives des médias et réseaux sociaux et des moteurs de recherche de la contrer, vu que les Fake News sont devenus un sujet controversé, compte tenu de leur impact potentiel sur les élections démocratiques.

Une étude a montré que la désinformation publiée dans une campagne électorale était plus likée, partagée et commentée que tous les articles publiés sur 19 pages d'information les plus consultées sur Facebook, que la plupart des gens lisaient les articles explicatifs et non les originaux, que huit des dix articles trompeurs les plus répandus, lors de la campagne parlementaire allemande de 2017 étaient sur les réfugiés et la criminalité, et que les commentaires correspondaient à la tendance générale de ces articles stigmatisant les réfugiés.

Mais qu'ont fait les opérateurs de la plate-forme



pour contrer la désinformation? Les initiatives et les mesures prises varient. Alors que les mesures de Facebook en matière de désinformation sont fréquemment discutées dans les médias, les institutions politiques et la société, le débat allemand cible rarement Google, YouTube et Twitter.

Trop de fausses nouvelles circulant sur Twitter laissent souvent les personnes affectées par des attaques terroristes ou les catastrophes naturelles se sentir en insécurité, en particulier lorsque les fausses nouvelles ciblent les journalistes, comme cela s'est produit avec le journal allemand Bild et le Daily Mail britannique, après l'attentat du Concert de Manchester, en 2017. Les responsables de Facebook ont déclaré avoir supprimé 583 millions de faux comptes dans le monde entier, au premier trimestre 2018.

La désinformation peut contribuer à la radicalisation des internautes, attisant leur colère de manière difficile à corriger. Les minorités sont souvent la cible de ce ressentiment et les algorithmes de Facebook et de Twitter favorisent cette effervescence, en proposant davantage aux utilisateurs.

### Société civile

Dans le **Cinquième Chapitre**, Dr. Matthias Quent souligne que la lutte contre les discours haineux et l'extrémisme sur Internet ne peut être la seule responsabilité du gouvernement et du secteur privé, et que la diffusion de ce discours peut être envisagée comme faisant partie d'un phénomène culturel en ligne plus large. Une réponse forte de la société civile

est donc nécessaire, nécessitant d'investir dans l'éducation et de renforcer les groupes marginalisés.

Dans les années 1990, les gens étaient optimistes sur la capacité d'Internet à créer des sociétés de communication tolérantes, exemptes de racisme aboutissant à un «village électronique de l'égalité», mais malgré la réduction des barrières entre les gens grâce aux médias sociaux, les discours de haine ont émergé sur Internet, l'universalité virtuelle ayant été contestée par les médias sociaux, et la haine propagée sur Internet était en fait une (numérisation) des réactions culturelles envers les processus de changement et de progrès culturels dans les sociétés.

Les politologues disent que le renforcement des forces de droite (populistes) s'explique par la crainte de groupes jouissant de privilèges sociaux de perdre leur statut et que tout cela devient visible au public sur internet après que les «hommes blancs en colère» ont fui dans des poches virtuelles pour exprimer leurs idées, de concert avec les racistes et les pessimistes qui prédisent la fin de la société occidentale à cause de la mutation sociale.

Dans une étude menée par l'Association Allemande de l'Internet, plus d'un tiers des personnes interrogées ont déclaré avoir été victimes de messages racistes haineux sur Internet, et les analyses préliminaires en provenance d'Allemagne suggèrent que relativement peu de comptes sont responsables d'un nombre relativement élevé de commentaires haineux, dans le cadre de campagnes de droite organisées.



Les groupes haineux d'extrême droite publient généralement des contenus qui mettent l'accent sur la doctrine de la suprématie masculine blanche et de l'homogénéité raciale, et stigmatisent les minorités ethniques, les immigrants, les musulmans, les Arabes, les Juifs, les féministes, le gouvernement et les politiciens libéraux.

Face à cela, l'une des mesures les plus importantes qui peut être prise concerne la mise en place et le soutien de «Rassemblements de résistance et de solidarité sur Internet», par les groupes et les personnalités publiques de la société civile, les institutions d'État, les militants et les universitaires. Ces instances peuvent répondre aux messages haineux comme suit:

1. Dénoncer le racisme sur Internet et dans la vie quotidienne, à travers des discours qui mettent l'accent sur la nature destructrice du racisme pour les individus et la société.
2. Collaborer à la suppression des contenus racistes sur Internet.
3. Réfuter les récits racistes en mettant l'accent sur les valeurs positives de la diversité, en présentant la culture et les traditions des groupes vulnérables, en aidant les gens à comprendre ce qui est raciste, et dénonçant les comportements injustes et nuisibles des groupes culturels dominants envers les minorités. De cette façon, les bulles filtrantes des groupes d'extrême droite peuvent s'évaporer.

### Études de cas

Sina Laubenstein et Alexander Urban proposent dans le **Sixième Chapitre** une réponse équilibrée aux discours de haine et d'extrémisme sur Internet, et présentent deux études de cas sur la faction allemande du mouvement «Pas de Discours Haineux» et le groupe «Je Suis Là» (Ich Bin Hier), sur Facebook.

Afin de contrer les discours haineux et les messages extrémistes sur les médias sociaux, les organisations de la société civile ont souvent utilisé des contre-campagnes en ligne, ces initiatives ont-elles eu l'effet souhaité? Comment mesurer leur succès? Les Chercheurs répondent qu'il est important que ces campagnes ne fonctionnent pas à l'aveuglette et puissent avoir une stratégie claire et précise, un groupe cible spécifique pour leur message, et une forte présence sur les médias et réseaux sociaux, pour pouvoir réaliser leurs objectifs.

Les campagnes de contre-discours sont généralement menées selon trois critères: Sensibilisation, participation et influence. Elles comprennent diverses variables, telles que le taux de circulation en ligne, le nombre d'apparition et le nombre de vues de contenu.

En 2012, l'Union Européenne a lancé le Mouvement International de Jeunesse «Non au discours de haine» pour contrer la menace croissante de la haine sur Internet en mobilisant les jeunes pour défendre les Droits de l'homme et la démocratie dans le Cyber



environnement. Étant l'une des premières initiatives consacrées au thème de la haine sur Internet, le Mouvement est devenu un partenaire central de la société civile dans ce domaine. Il comprend des représentants de la politique, du commerce, de la société civile, des organisations, des militants, et de mouvements nationaux opposés au discours de haine, et optant pour une approche plus humoristique qu'auparavant.

La campagne «Journée d'action pour les victimes de crimes de haine», lancée en juillet 2017, pour soutenir les victimes du discours haineux et pour sensibiliser le public sur son danger et comment le contrer est l'un des modèles d'action réussis du mouvement en Allemagne. Bien que le mouvement «Non au discours de haine» se soit répandu dans nombre de pays, d'autres initiatives ont été moins fiables auprès des jeunes. Seule l'initiative allemande a produit et partagé son propre contenu, mais elle est aujourd'hui beaucoup moins présente que par le passé, peut-être à cause du changement de l'algorithme à Facebook, ce qui ne peut être compensé que par de grandes campagnes publicitaires.

Le mouvement a créé un vaste réseau de militants et d'influenceurs qui le soutiennent dont la Fédération Allemande de Football, le Ministère Fédéral de la Famille, le Ministère des Affaires Étrangères, les personnes âgées, les femmes, les jeunes, la Fondation Amadio Antonio et les militants bénévoles. Le réseau vise à promouvoir la communication entre les personnalités et à transmettre les messages au grand public.

Le groupe Facebook «Je Suis Là» a été fondé par Hannes Ley, en décembre 2016, après avoir remarqué le climat de plus en plus toxique dans la communauté Internet, empesté de cynisme, d'exclusion, d'hostilité, et de soutien à la violence contre des pans entiers de la population. En septembre 2018, près de 44 000 personnes ont rejoint le groupe. Les militants du groupe vérifient les pages médiatiques ayant plus de 100 000 abonnés, pour voir si leurs articles contiennent des commentaires erronés, incendiaires ou insultants. Ils agissent envers leurs auteurs, expriment des opinions équilibrées et objectives, ou les soutiennent avec des «J'aime».

Dans notre évaluation de campagnes de lutte contre les discours haineux et d'extrémisme sur Internet, on peut affirmer qu'ils peuvent attirer l'attention et interagir avec les internautes, mais ces campagnes ne mesurent pas souvent leurs prestations malgré

la disponibilité de modèles pouvant assumer cette charge. Elles agissent souvent en réaction aux contenus de haine, de manière défensive plutôt que d'initier de nouvelles méthodes novatrices et performantes. Et bien qu'elles puissent avoir un impact positif sur les attitudes de la société, elles demeurent insuffisantes, et le besoin de contrer la haine, l'hostilité et l'extrémisme sur Internet demeure une urgence.

## Recommandations de l'étude

Dans le **Dernier Chapitre**, Jakob Guhl et Johannes Baldauf résument les recommandations de ce rapport, soulignant la nécessité d'un soutien accru pour les personnes ciblées par les discours haineux sur Internet, à travers des programmes éducatifs qui sensibilisent les jeunes aux divers dangers d'Internet et les aident à devenir des citoyens numériques.

Simone Rafael et Alexander Ritzmann proposent de restreindre l'accès au matériel extrémiste sur Internet et de promouvoir des récits alternatifs de la société civile en suivant l'autorégulation de l'industrie de l'Internet.

Christian Montag appelle à des recherches plus approfondies sur l'impact des bulles de filtrage sur l'extrémisme.

Joseph Holnburger et Karolin Schwarz exhortent à plus de recherches sur les astuces de la désinformation et son impact sur les médias sociaux, tandis que Matthias Quent appelle à soutenir le discours des groupes marginalisés touchés par les propos haineux sur Internet, à établir des Centres de Conseil, accessibles aux victimes de ces discours et à organiser des campagnes éducatives pour réduire la discrimination en ligne.

Alexander Urban, du groupe «Je Suis Là», et Sina Lubenstein, de la branche allemande du mouvement «Non au discours haineux» prônent d'établir une stratégie pour chaque campagne anti-haine et de déterminer le groupe ciblé.

Jakob et Baldauff font une série de recommandations supplémentaires aux décideurs politiques, aux réseaux sociaux et à la société civile, telles que la formation d'un groupe de travail pour lutter contre la haine et l'extrémisme sur Internet et développer un cadre commun de lutte qui analyse les risques, identifie les objectifs, les réponses potentielles et les plans d'action, et établit des méthodes d'évaluation et des indicateurs pour mesurer les progrès.



## Discours de haine et d'extrémisme dans le Cyberespace

By ISD

[www.isdglobal.org](http://www.isdglobal.org)







الائتلاف الإسلامي لمحاربة الإرهاب  
ISLAMIC MILITARY COUNTER TERRORISM COALITION